การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

โดย

นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย
นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนศึกษา
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2550
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE PROMOTION STUDY OF CULTURAL TOURISM AT UTHONG SUPHAN BURI PROVINCE

By

Juthamas Kongsawat

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF EDUCATION

Department of Foundation of Education

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2007

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ” เสนอโดย นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา

……..

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์คณิต เขียววิชัย
2. อาจารย์สาธิต จันทรวินิจ
3. นายพนมบุตร จันทรโชติ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ลุยง วีระนาวิน)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมชาติ อู่อ้น)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์คณิต เขียววิชัย)

...../...../.....

..... กรรมการ

(นายพนมบุตร จันทรโชติ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์สาธิต จันทรวินิจ)

...../...../.....

47260202 : สาขาวิชาพัฒนศึกษา
คำสำคัญ : ท่องเที่ยว

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ : การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ.คณิต เขียววิชัย , อ.สาธิต จันทรวินิจ และ นายพนมบุตร จันทรโชติ. 243 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณ เมืองโบราณอู่ทอง และศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS /PC(+) สถิติที่ใช้คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ t – test และ Analysis of Variance (ANOVA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีจำนวนมากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับระดับปริญญาตรี นักเรียน/นักศึกษามีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวการเดินทางมาครั้งนี้เป็นครั้งแรก และเดินทางมาจากภาคกลาง ประเภทกลุ่มเดินทางคือมากับกลุ่มเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และตัดสินใจท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด

นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านการบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และสุดท้ายมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางคือด้านการประชาสัมพันธ์ การทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ด้านแหล่งเรียนรู้ และด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

47260202 : MAJOR : DEVELOPMENT EDUCATION
KEY WORD : TOUR
JUTHAMAS KONGSAWAT : THE PROMOTION STUDY OF CULTURAL TOURISM AT UTHONG SUPHAN BURI PROVINCE. THESIS ADVISORS : ASSOC.PROF. KHANIT KHEAWWICHAI, Ph.D.SATHID JANTARAVINID AND Mr. PHNOMBOOTRA CHANDRAJOTI. 243 pp.

The objectives of this study were to study compare motivation of tourists to visit Uthong Suphanburi Province, and study opinions of authority in Uthong area and guide. Tourists according to their sex, age, level of education and occupation. This is survey Research. The tool in this research was a questionnaire. Data analysis was carried out by employing computer program application SPSS /PC(+). The data were analyzed by the use of frequency, percentage, means, standard deviation, t-test ,Analysis of Variance (ANOVA) , LSD and content analysis.

The results of this research were as follows : From a study of personal data of tourists, it was discovered the most tourists were female, less than or equal 20 years old, with a bachelors degree, and most were student. Most of the tourists visited Uthong Suphanburi Province for the first time. They were originally from middle. They journey by their private car in a group of their friends. The tourists were mostly attracted by public relations from friend introduce.

The tourists thought that motivation of tourists were mostly. There were 5 factors that motive most tourists was Serving attraction, Traveling, Purpose of Tour and Convenience. The last item in middling was Public relations. The hypotheses of this research were foreign tourists with different primary factors such as sex, age, education, and occupation. They were different all motivation of tourists at statistically significant level of 0.05.

The Authority in Uthong area and guide thought that opinions of cultural tourism were middling. All factors were middling that Physical, Safety, Participation of community, Learning place, and Convenience or Base serving.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

Department of Foundation of Education Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2007
Student's signature .....
Thesis Advisors' signature 1. ..... 2. ..... 3. .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ เพราะได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้คือ

อาจารย์ ดร. ลุยง วีระนาวิน ประธานกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และการตรวจแก้วิทยานิพนธ์ อีกทั้งความรู้ในด้านวิชาการต่าง ๆ

รองศาสตราจารย์คณิต เขียววิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาและควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่เป็นผู้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และแนวทางการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งเป็นผู้ให้ความรู้และให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ มาโดยตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยเข้ามาศึกษาในสาขาวิชาพัฒนศึกษา

อาจารย์สาธิต จันทรวินิจ ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และมุมมองในประเด็นต่าง ๆ และการตรวจแก้วิทยานิพนธ์ อีกทั้งความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ทางด้านสถิติที่ใช้สำหรับการวิจัยตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมชาติ อู่อ้น ที่ให้คำแนะนำสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ ให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย และการตรวจแก้วิทยานิพนธ์

ผอ. พนมบุตร จันทรโชติ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย การตรวจแก้วิทยานิพนธ์ ตลอดจนได้ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการเก็บข้อมูลภาคสนามตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์

ด้านการเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอนวิชาแขนงต่าง ๆ รวมทั้งนักวิชาการที่ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่องราวทางวิชาการ ที่เป็นประโยชน์ใช้เป็นแนวทางการศึกษาและอ้างอิง

สุดท้าย ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่อารีย์ – คุณพ่อยงยุทธ คงสวัสดิ์ นายศิริวัฒน์ คงสวัสดิ์ น้องชาย ที่ได้ให้การสนับสนุนผู้วิจัย ให้ความรัก ความห่วงใย รวมทั้งเป็นกำลังใจที่สำคัญตลอดมา นายนรัตน์ชัย อิ่มสุทธิ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และคุณค่าอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาแด่พระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ทั้งหลายแก่ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญภาพ ..... ฌ

สารบัญตาราง ..... ฎ

สารบัญแผนภูมิ ..... ฑ

บทที่

1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4

สมมติฐานของการวิจัย 4

ขอบเขตของการวิจัย 4

ประชากรและตัวอย่าง 4

พื้นที่ในการศึกษา 5

ระยะเวลาในการศึกษา 5

ตัวแปรในการศึกษา 5

นิยามศัพท์เฉพาะ 6

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8

2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 9

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 9

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 27

เมืองโบราณอู่ทอง 47

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ 83

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 111

กรอบแนวคิดในงานวิจัย 117

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย 118
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 118
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 120
การเก็บรวบรวมข้อมูล 127
การวิเคราะห์ข้อมูล 127
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ 129
ตารางสรุปการดำเนินการวิจัย 130
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 131
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบ
ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 132
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็น
ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทองของเจ้าหน้าที่
ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ 173
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 185
สรุปผลการวิจัย 185
อภิปรายผลการวิจัย 197
ข้อเสนอแนะ 204
บรรณานุกรม 207
ภาคผนวก 212
ภาคผนวก ก หนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย 213
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 216
ภาคผนวก ค แบบตรวจสอบความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(IOC : Index of Item Objective Congruence) 218
ภาคผนวก ง ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) 227
ภาคผนวก จ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 229
ประวัติผู้วิจัย 243

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเมืองโบราณอู่ทอง และ แนวชายฝั่งทะเลเดิม	49
2	ภาพถ่ายทางอากาศและภาพลายเส้น แสดงลักษณะของเมืองโบราณอู่ทอง	50
3	อาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง	56
4	เรือนลาวโซ่ง ในบริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง	57
5	ห้องจัดแสดง 1 ในอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง	58
6	ห้องจัดแสดง 2 ในอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง	59
7	มณฑปประดิษฐานรอยพระพุทธบาท และวิหารบนยอดเขาดีสลัก	61
8	รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี	62
9	แผนที่เมืองโบราณอู่ทองแสดงตำแหน่งที่ตั้งโบราณสถาน	63
10	เจดีย์หมายเลข 1 ขณะทำการขุดแต่ง	64
11	เจดีย์หมายเลข 1 หลังการขุดแต่ง	65
12	เจดีย์หมายเลข 1 สภาพในปัจจุบัน	65
13	เจดีย์หมายเลข 2 ด้านทิศใต้หลังการขุดแต่ง	67
14	เจดีย์หมายเลข 2 ด้านทิศตะวันตกหลังการขุดแต่ง	67
15	เจดีย์หมายเลข 2 สภาพในปัจจุบัน	68
16	เจดีย์หมายเลข 3 ขณะทำการขุดแต่ง	69
17	เจดีย์หมายเลข 3 หลังการขุดแต่ง	69
18	เจดีย์หมายเลข 5 หลังการขุดแต่ง	70
19	เจดีย์หมายเลข 9 ด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ก่อนการขุดแต่ง	71
20	เจดีย์หมายเลข 9 ขณะทำการขุดแต่ง	72
21	เจดีย์หมายเลข 9 หลังขุดแต่งและบูรณะ	72
22	ธรรมจักรศิลา ขุดพบจากเจดีย์หมายเลข 10	73
23	เจดีย์หมายเลข 10 หลังบูรณะ	74
24	เจดีย์หมายเลข 10 สภาพในปัจจุบัน	74
25	เจดีย์หมายเลข 11 ขณะทำการขุดแต่ง	75
26	เจดีย์หมายเลข 13 หลังขุดแต่ง	77
27	เจดีย์หมายเลข 13 สภาพในปัจจุบัน	77
28	พื้นที่บริเวณโบราณสถานคอกช้างดิน	79

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ หน้า
29 เนินโบราณสถานในบริเวณคอกช้างดิน 80
30 โบราณสถานบริเวณคอกช้างดิน หลังบูรณะ 80

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความแตกต่างของความต้องการหรือแรงจูงใจทางสรีระและแรงจูงใจทางสังคม ...	91
2	แสดงสถิติผู้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ประจำปี 2549	118
3	ตารางสรุปการดำเนินการวิจัย.....	130
4	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี	133
5	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	135
6	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม.....	137
7	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	137
8	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	138
9	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ	139
10	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง	140
11	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์.....	140
12	ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว.....	141
13	ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ.....	142
14	ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ.....	143
15	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน	144
16	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน	145
17	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน.....	146
18	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน.....	147
19	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน	148
20	การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน.....	149

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ หน้า
21 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน 150
22 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา..... 151
23 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน 152
24 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน..... 153
25 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนก ตามอาชีพ 154
26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน... 155
27 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน..... 157
28 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน 159
29 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน..... 161
30 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน 163
31 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน .. 165
32 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน 167
33 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว..... 169
34 ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว..... 170
35 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว..... 171
36 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ 172
37 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์..... 173

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ หน้า

38 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง โดยรวม 174

39 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ 175

40 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านแหล่งเรียนรู้ 176

41 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านความสะดวก หรือ การบริการพื้นฐาน 177

42 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย 178

43 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม..... 179

44 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง..... 180

45 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว 181

46 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว..... 182

47 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 183

48 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 184

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการ และ แรงผลักดัน	84
2	แสดงวงจรของแรงจูงใจ	84
3	แสดงส่วนประกอบของกระบวนการจูงใจ	88
4	แสดงความต้องการตามลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์	92
5	แสดงแผนภูมิทฤษฎีการเสริมแรง	98
6	แสดงประเภทของผลกรรม	98
7	แสดงวิธีการให้ผลกรรมเพื่อเพิ่มหรือลดพฤติกรรม	99
8	แสดงการดำรงชีวิตมนุษย์กับการท่องเที่ยว	104
9	แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	107
10	กรอบแนวคิดการวิจัย	117

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมา และ ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ วัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้นแตกต่างกันตามแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่าง ๆ ทั้งสิ่งที่เป็นธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีพัฒนาการเรื่อยมา การท่องเที่ยวจึงเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “ การท่องเที่ยว ” (Tourism) ไว้ว่า การท่องเที่ยวมิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน (นิคม จารุมณี 2544 : 1)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันไป ตามสภาพภูมิประเทศของแต่ละแหล่ง ซึ่งสามารถตอบสนองความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก เกาะ แก่ง ทะเล ภูเขา เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นต้น (ยุพดี เสตพรรณ 2543 : 288) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางด้านแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ รวมถึงโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ยังคงคุณค่าไว้ให้คนรุ่นหลังได้ชื่นชม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ซึ่งเน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ มรดกประเพณีที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวนั้นมีหลายอย่างประกอบด้วย วิถีชีวิต พิพิธภัณฑ์ การแสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือ และการกระทำอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (Marianna Sigala and David Leslie 2005 : 5) ดังนั้น วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวจึงหมายความรวมถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ศิลปวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ลักษณะ

การประกอบอาชีพที่มีสภาพเด่น สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ งานหัตถกรรม และสินค้าในท้องถิ่นต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

โบราณสถานและโบราณวัตถุที่ปรากฏอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย คือสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมาตั้งแต่แรกเริ่มมีการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการในประเทศไทย รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมด้านนี้จึงได้ทุ่มเทงบประมาณเพื่อการศึกษา ขุดค้น อนุรักษ์ และเผยแพร่เรื่องราวที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์อารยธรรมให้โลกได้รู้ถึงความยิ่งใหญ่และคุณค่าของมรดกเหล่านั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 269) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญ ในด้านการเผยแพร่สมบัติทางวัฒนธรรมของชาติที่คนไทยทุกคนมีความภาคภูมิใจในสิ่งที่แสดงถึง ประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการ และความเจริญรุ่งเรืองในอดีต โบราณสถานและโบราณวัตถุอันทรงคุณค่าเปรียบเสมือนเครื่องมือที่สร้างองค์ความรู้ของผู้ที่สนใจศึกษา สร้างพื้นฐานในการเรียนรู้ และทำความเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับสภาพสังคม วัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนโบราณในสมัยอดีต ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน มีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ศิลปะ และภูมิปัญญาของชนชาติที่เป็นเจ้าของทั้งในด้านความภาคภูมิใจและผลการยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงควรได้รับการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนาให้มีศักยภาพ และมีความสามารถในการรองรับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง ปัจจุบันอยู่ในเขตอำเภออู่ทอง ห่างจากตัวเมืองสุพรรณบุรีประมาณ 30 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง จังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในเขตที่ราบลุ่มทางทิศตะวันตกของภาคกลาง มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เท่าใดนัก จึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือเป็นการท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ การเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คน และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

เมืองโบราณอู่ทอง เป็นเมืองโบราณเมืองหนึ่งในวัฒนธรรมทวารวดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมในประวัติศาสตร์ยุคแรกสุดของประเทศไทย ตั้งอยู่พื้นที่ตำบลอู่ทอง (เดิมชื่อตำบลท่าพระยาจักร) อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำจระเข้สามพัน มีผังเมืองเป็นรูปวงรี ปรากฏหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย เป็นเมืองโบราณที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมอินเดีย เมืองโบราณอู่ทองเป็นศูนย์กลางทางการค้าและพุทธศาสนาราวพุทธศตวรรษที่ 12 – 16 หรือ ประมาณ 1,000 – 1,500 ปีที่ผ่านมา จากการสำรวจของนักโบราณคดีพบหลักฐานว่า ภายในตัวเมืองอู่ทองและบริเวณโดยรอบมีเนินโบราณสถานกระจายอยู่ไม่น้อยกว่า 20 แห่ง เนินดินเหล่านี้เป็นที่ตั้งของสถูป เจดีย์โบราณ ต่อมากรมศิลปากรได้ดำเนินการขุดแต่ง พบว่าเป็นศาสนสถานในศาสนาพุทธสมัยทวารวดี ห่างออกไปทางทิศตะวันตก

เฉียงใต้ของตัวเมืองประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของกลุ่มโบราณสถานคอกช้างดิน ซึ่งเป็นกลุ่มศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างเนื่องในศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกาย เมืองโบราณอู่ทองมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีอย่างมาก เนื่องจากได้พบหลักฐานที่แสดงถึงฐานะการเป็นเมืองท่าเป็นศูนย์กลางการค้าของโลกยุคโบราณ และอาจเป็นเมืองหลวงรุ่นแรกของวัฒนธรรมทวารวดี นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางของพุทธศาสนายุคแรกของประเทศ (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ม.ป.ป. : 3)

การค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีจำนวนมาก ทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมากในวัฒนธรรมทวารวดีราวพุทธศตวรรษที่ 12 – 16 ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมยุคแรกสุดซึ่งเกิดขึ้นในดินแดนของประเทศไทย และเป็นวัฒนธรรมที่สำคัญส่งอิทธิพลกับวัฒนธรรมแบบต่าง ๆ ในระยะต่อมา ดังที่รองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม แห่งคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร กล่าวไว้ว่า เมืองอู่ทองและปริมณฑล คือบริเวณศูนย์กลางของรัฐและแคว้นสำคัญที่พัฒนาขึ้นในสมัยสุวรรณภูมิ ที่มีโบราณสถานวัตถุสนับสนุนมากกว่าที่อื่น ๆ เพราะตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลางของการคมนาคม ทั้งจากเส้นทางที่ข้ามคาบสมุทรจากฝั่งมหาสมุทรอินเดียมายังฝั่งทะเลจีนในอ่าวไทย อีกทั้งเป็นศูนย์กลางที่จะติดต่อทางทะเลไปยังบ้านเมืองทางตะวันออก นอกจากนั้น เมืองอู่ทองยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางบกที่ผ่านลุ่มน้ำเจ้าพระยาทางซีกตะวันออกเข้าลุ่มน้ำลพบุรี – ป่าสัก ไปยังที่ราบสูงโคราชในลุ่มน้ำมูล – ชีและแม่น้ำโขงอีกด้วย อีกสิ่งหนึ่งจากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบในเขตเมืองอู่ทองและปริมณฑลก็คือ ได้พบร่องรอยของคนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม และศาสนา อันแสดงให้เห็นถึงการเป็นสังคมนานาชาติได้ดีกว่าที่อื่น ๆ (ศรีศักร วัลลิโภดม 2549 : 76 - 77) เมืองโบราณอู่ทองจึงเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ นอกจากนี้ โบราณศิลปวัตถุที่พบในเมืองโบราณอู่ทองสามารถสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนโบราณแห่งนี้มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ปรัชญา และด้านศาสนา

ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น เมืองโบราณอู่ทองจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง และสาขาวิชาพัฒนศึกษาได้ให้ความสำคัญกับการนำความรู้ของสังคมศาสตร์สาขาต่างๆ มาบูรณาการ เชื่อมโยงการศึกษากับการพัฒนา ทำให้เกิดการสร้างความรู้และกระบวนการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในหลายแง่มุม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยต้องการทราบถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ทั้งนี้การศึกษาจะทำให้ทราบถึงสภาพความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริม เมืองโบราณอู่ทอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณ เมืองโบราณอู่ทอง

2. เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์

3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ของการจัดการท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง

3. สมมติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

4.1 ประชากร และตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร คือ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยดูจากสถิตินักท่องเที่ยว ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2549 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 17,373 คน (ข้อมูลจากสถิติผู้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง)

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง จำนวน 22 คน

มัคคุเทศก์ จำนวน 10 คน

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง จำนวน 22 คน

มัคคุเทศก์ จำนวน 10 คน

4.2 พื้นที่ในการศึกษา

เมืองโบราณอู่ทอง ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งจัดเรียงลำดับความสำคัญตามเหตุผล ดังนี้

2.1 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เนื่องจากเป็นสถานที่เก็บรวบรวมและจัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ โบราณวัตถุที่มีการขุดพบจากการบูรณะโบราณสถานต่าง ๆ ภายในเมืองแห่งนี้ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเมืองโบราณอู่ทอง และโบราณสถานสำคัญต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยตรง และมีการบันทึกสถิติผู้เข้าชมอย่างเป็นระบบ

2.2 วัดเขาดีสลัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรอยพระพุทธบาท ซึ่งนักวิชาการบางท่านเชื่อว่าอยู่ในสมัยสมัยทวารวดีเป็นปูชนียวัตถุที่สำคัญ ได้รับการพัฒนาจากจังหวัดสุพรรณบุรีร่วมกับกรมศิลปากร เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

2.3 โบราณสถานต่าง ๆ ภายในเมืองโบราณอู่ทอง โดยเน้นความสำคัญที่ **"โบราณสถานคอกช้างดิน"** ซึ่งได้รับการบูรณะโดยกรมศิลปากร เป็นโบราณสถานที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการและนักท่องเที่ยวซึ่งสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม มีการเดินทางเข้าชมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีโบราณสถานอื่น ๆ ภายในเมืองโบราณอู่ทองซึ่งกำหนดการเรียกชื่อด้วยระบบเลขหมาย เช่น โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

4.3 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน – กันยายน 2550

4.4 ตัวแปรในการศึกษา

4.4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของนักท่องเที่ยว

4.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านอำนวยความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ และประชาชนในท้องถิ่น โดยมีเงื่อนไข 3 ประการคือ เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และมีจุดมุ่งหมายที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่เน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ มรดกประเพณีที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ ซึ่งหมายความรวมถึง สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน สถานที่จัดแสดงโบราณวัตถุ คือ พิพิธภัณฑ์ งานประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความเพลิดเพลิน ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือ และการกระทำอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 5 ด้าน คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านอำนวยความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมืองโบราณอู่ทอง หมายถึง เมืองโบราณสำคัญสมัยทวารวดีที่ได้รับการบูรณะ ตามหลักวิชาการโดยกรมศิลปากรแล้ว ประกอบด้วยโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดพระศรีสรรเพชญาราม (เขาพระ) วัดเขาดีสลัก โบราณสถานคอกช้างดิน โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 อยู่ในเขตอำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเที่ยวหรือบุคคลใด ๆ ก็ตามที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ทั้งนี้หมายความรวมถึง ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน และนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง คือ เจ้าหน้าที่ที่ทำงานในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำทางหรือผู้ที่นำเที่ยวซึ่งมีหน้าที่หลัก ได้แก่ นำนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง ตามที่บริษัทท่องเที่ยวกำหนดหรือตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่กระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย หรือพลังภายในที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปในทิศทางเป้าหมายที่ต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ โดยศึกษาใน 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ด้านการเดินทาง การประชาสัมพันธ์ และจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่เป็นพลัง หรืออำนาจในการกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวและต้องการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ปัจจัยที่เป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่ร่างกายของแต่ละบุคคล ในขณะท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทอง

การบริการ หมายถึง การให้ความสะดวกสบาย และความพึงพอใจต่อบุคคลหรือผู้รับบริการที่มีความต้องการจะใช้บริการนั้น ๆ บริการที่ได้จัดให้แก่นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

การเดินทาง หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยพิจารณาจากจำนวนครั้งในการเดินทาง สถานที่ที่เดินทางมา ประเภทของกลุ่มในการเดินทาง วิธีที่ใช้เดินทาง

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจข้อเท็จจริง สามารถโน้มน้าวจิตใจเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจสนับสนุน และทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว หมายถึง เป้าหมายในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งใจเอาไว้ตามความต้องการของตนเอง และพยายามทำให้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการนั้น ๆ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การจัดการด้านกายภาพ หมายถึง การจัดการด้านการอนุรักษ์ ดูแล รักษา การปรับปรุงพื้นที่ การจัดการทางทัศนียภาพ และการจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้ หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือนำชม การจัดให้มีวิทยากรนำชม การจัดทำแผ่นป้ายประจำสถานที่ การจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ เช่น วีดิทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย ภาพนิ่ง เป็นต้น

การจัดการด้านการบริการพื้นฐาน หมายถึง การจัดการด้านความสะดวก และการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ การจัดทำที่นั่งพัก การจัดที่จอดรถ การจัดทำห้องสุขา การจัดการระบบระบายน้ำ การจัดหาภาชนะรองรับขยะ เป็นต้น

การจัดการด้านความปลอดภัย หมายถึง การสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง เช่น ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรม ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม แจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่ เป็นต้น

การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และข้อมูลความรู้ที่จำเป็นสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง

2. ทำให้ทราบถึง ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง และ มัคคุเทศก์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำเอาข้อมูลไปปรับใช้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทองได้โดยตรง

3. ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหา ข้อจำกัดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง และนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทองได้อย่างเหมาะสม

4. ทำให้ผู้อ่านงานวิจัยนี้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง และมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางประกอบการศึกษาค้นคว้า โดยมีแนวคิด ทฤษฎี ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. เมืองโบราณอู่ทอง
4. แนวความคิด และ ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่ง โดยทั่วไปการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล การเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ และไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงแต่การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น

ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

"การท่องเที่ยว" มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย ในหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดความหมายของ "การท่องเที่ยว" ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางโดยเป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้ (ศรัญยา วรากุลวิทย์ 2546 : 2)

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้น ผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้

ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการเช่นกัน คือ (พรศุลี อินยะรัตน์ 2547 : 12)

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

นอกจากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะมิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจท่องเที่ยวในทุกวันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน (นิคม จารุมณี 2544 : 1)

ในนัยทางวิชาการ การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งแล้วกลับมายังจุดเดิม โดยมิได้ถูกบังคับ หรือจ้างวานให้เดินทาง และโดยมิได้ประสงค์จะไปทำมาหากิน ณ จุดที่เดินทางไปถึงนั้น การกล่าวถึงการท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น เป็นการกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของการเดินทางอย่างเป็นการท่องเที่ยว ที่ยังไม่พอสำหรับที่จะทำให้การท่องเที่ยวเข้าข่ายเป็นธุรกิจหรือกิจกรรมอาชีพ (ตุ้ย ชุมสาย 2545 : 199)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

“การท่องเที่ยว” เป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งที่มักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ ด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (McIntosh 1972 : 72 , อ้างถึงใน อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล 2547 :7 - 8)

การท่องเที่ยว เป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับหลายมิติ โดยการท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เกิดจินตนาการ ความลึกลับ และได้พบเห็นสถานที่ที่แตกต่างไปจากถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ การท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ โดยมีปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการคือ ระยะทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เช่น การเยี่ยมญาติ การประชุม ธุรกิจ ความบันเทิง เป็นต้น (Gee, Makens and Choy 1989 : 9)

โดยทั่วไปแล้ว “การท่องเที่ยว” จึงหมายถึง ผู้คนหรือประชาชนที่ได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และหมายความรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมวิชาการ ทางการเมือง การประชุม

ธุรกิจ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ว่าหมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม การประชุม การแสดง ธุรกิจ และอื่น ๆ (อุดม เชยกีวงศ์, ประชิด สกุณะพัฒน์ และ วิมล จิโรจพันธุ์ 2548 : 47 - 48)

จึงกล่าวได้ว่า "การท่องเที่ยว" เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่ได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ซึ่ง "การท่องเที่ยว" จะมีความหมายอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการคือ เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (วรรณา วงษ์วานิช 2539 : 7)

ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หมายถึง เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้นมีหลากหลายแตกต่างกันตามแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่ไม่ว่าจะมีจุดหมายใด ๆ ก็ตาม การท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เป็นไปด้วยความสมัครใจของผู้เดินทาง โดยไม่คำนึงถึงว่าระยะทางจะใกล้หรือไกล จะเป็นการเดินทางระยะสั้นหรือระยะยาว และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ก็ตาม แต่การเดินทางต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน ณ ที่นั้น ๆ และต้องไม่มีเรื่องการประกอบอาชีพ หรือหารายได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเดินทางนั้น ๆ

โดยมีผู้ให้ความหมายของ **"นักท่องเที่ยว"** หรือ ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวว่ามีความหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ (นิคม จารุมณี 2544 : 2)

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากต่างประเทศจึงหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปพำนักอยู่ในประเทศหนึ่ง เดินทางไปยังสถานที่อื่นภายในประเทศนั้น นอกเหนือจากการเป็นอยู่ตามปกติของเขา ในช่วงระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือหนึ่งคืน โดยมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมเพื่อหารายได้จากสถานที่นั้น โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อเหตุผลต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ได้แก่ การเดินทางเพื่อกิจธุระและเพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน การเดินทางเพื่อใช้เวลาพักผ่อนวันหยุด สุขภาพ การศึกษา ศาสนา และการกีฬา เป็นต้น ส่วนนักทัศนาจรภายในประเทศ (Excursionists) เป็นบุคคลที่เดินทางตามลักษณะดังกล่าวแล้ว แต่พำนักในสถานที่นั้น ๆ น้อยกว่าหนึ่งคืน (อุดม เชยกีวงศ์ และคณะ 2548 : 223 - 224)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำความหมายที่องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดไว้เป็นหลักในการจดนับสถิติว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศของประเทศไทย โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การหารายได้ ในสถานที่ที่ไปเยือน และระยะทางที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมงและไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้น ๆ เพื่อ

2.1 การติดต่อกิจธุระ แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้

2.2 การมากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอดในท่าเรือ

2.3 การท่องเที่ยว การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมญาติมิตร การศึกษาและการดูงาน ฯลฯ

2.4 การร่วมประชุมสัมมนา หรือเป็นตัวแทนสมาคม นักบวช นักกีฬา ฯลฯ

ดังนั้น นักท่องเที่ยว จึงหมายถึงบุคคลใด ๆ ก็ตามที่เดินทางไปยังสถานที่อื่นที่ไม่ใช่แหล่งที่อยู่อาศัยของตนเป็นการชั่วคราว โดยมีแรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนบุคคล เพื่อกิจธุระ เพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน และ เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ นอกจากนั้น การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวโดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน หรือนักทัศนาจร

บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ ซึ่งมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงมีนโยบายที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ การที่คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง นอกจากนั้นการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทำให้เกิดมิตรไมตรี ความเข้าใจ และการยอมรับในความแตกต่างทางเชื้อชาติ และวัฒนธรรมระหว่างชาติได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทที่สำคัญในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (อุดม เชยกีวงศ์ และคณะ 2548 : 67 - 72)

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อสังคม ได้แก่

1. การท่องเที่ยวมีส่วนเสริมสร้างความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้จำหน่ายแก่ผู้มาเยือน

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจ สำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ หวงแหน รักผืนแผ่นดินที่อยู่

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ และ ลงทุนด้านการผลิต ทำให้ประชาชนมีงานทำ

5. การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ทำให้ประชาชนในชนบทมีงานทำ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ทุกเวลา ตามความเหมาะสม

2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล นับเป็นรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ

3. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้น ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึง เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

5. รายได้จากการท่องเที่ยว มีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

6. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากรของประเทศไทย โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในรูปของการผลิตสินค้าและบริการ

บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

บทบาทของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตัวให้เหมาะสมในระหว่างการเดินทางตามเงื่อนไข และกติกาของท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

บทบาทของมัคคุเทศก์ ได้แก่ บทบาทสำคัญในการที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด

บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะมีการเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อลดการสูญเสียทรัพยากรทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ วิธีการเช่น การจัดทำแผนการเดินทาง และส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงการขายสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีการจัดการที่ไม่เหมาะสม การจัดปฐมนิเทศให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปรากฏการณ์ธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่ควรจะสนใจเป็นพิเศษ รวมทั้งการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้คน และระบบนิเวศของพื้นที่ที่จะไปเยือน ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติขณะเดินทาง เป็นต้น

บทบาทของประชาชนในพื้นที่ หมายถึงกลุ่มคน 2 กลุ่ม ได้แก่ คนในท้องถิ่น และรัฐบาล ซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ

1. คนในท้องถิ่น ต้องช่วยกันดูแลหากเห็นสิ่งใดผิดปกติ ต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการแก้ไข นอกจากนี้ยังต้องช่วยกันส่งเสริม อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติและช่วยกันดูแลความสะอาดของสถานที่ด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. รัฐบาล มีหน้าที่โดยตรงในการจัดระบบการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบ ไม่ปล่อยให้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งใช้ประโยชน์จนสูญเสียความสมดุล รัฐบาลต้องกำหนดรูปแบบ กติกา เข้มงวด กวดขันให้มีการปฏิบัติตาม ลงโทษผู้ที่กระทำผิดหรือฝ่าฝืน ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและบุคคลากรในการอนุรักษ์ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดวิธีการสงวนรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การกำหนดพื้นที่เขตการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า การกำหนดพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ และการกำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

นอกจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อมวลมนุษย์และสังคมโลกดังต่อไปนี้คือ (ศรัญยา วรากุลวิทย์ 2546 : 9 - 13)

1. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเดินทางท่องเที่ยวสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึง

2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ การลงทุนจากต่างประเทศทำให้เกิดการเพิ่มปริมาณของกระแสเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ เกิดการกระจายรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เกิดความเจริญเติบโต

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ประชากรในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้รับความสะดวกในการดำรงชีวิตอีกด้วย

4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น สถานที่พักแรม การขนส่ง การเกษตร การผลิตอาหารสำเร็จรูป การก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และร้านค้า เป็นต้น

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพที่หลากหลาย มีการจ้างงานในสถานประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โรงแรม ภัตตาคาร พิพิธภัณฑ์ ธุรกิจขนาดย่อมประเภทต่าง ๆ และอุตสาหกรรมในครัวเรือน ฯลฯ ทำให้คุณภาพชีวิตของประชากรดีขึ้น

6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดี ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติถือว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐควรสนับสนุน” การท่องเที่ยวระหว่างประเทศนำไปสู่มิตรภาพที่ดีต่อกันระหว่างเพื่อร่วมโลก ที่ช่วยกันจรรโลงสัมพันธไมตรีที่ดีงามต่อไปในการสร้างสรรค์สันติภาพของโลก

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมศิลปะ

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุน ฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชนในชุมชนต่าง ๆ ได้วิวัฒนาการสืบเนื่องกันมานับร้อยปี จะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและแตกต่างจากสังคมอื่น ๆ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา เรียนรู้ และสัมผัสสำหรับกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยวคือ ความสนใจในวัฒนธรรมของประเทศอื่นหรือสังคมอื่น เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการทางวัฒนธรรมที่ดีจากประเทศหนึ่งพวกเขาจะไม่ลืมถึง “เจ้าของบ้านที่ให้การต้อนรับอันอบอุ่น” จึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้คิดค้นนำเอาทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นตัวสินค้าที่ระลึก ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น และนำรายได้เหล่านั้นมาพัฒนาคุณภาพชีวิตของครอบครัว นอกจากนั้นยังรักษาสภาพแวดล้อมให้สมดุล

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือในประเทศ เกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่นแต่ละประเทศ ซึ่งจะนำประโยชน์มาสู่ตนเองและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดแนวร่วมในการรักษาและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวตลอดไป

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแก่สาธารณชน ทำให้สาธารณชนได้รู้จักและเกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หรือต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป และยังมีการรวมสถิติที่เกี่ยวกับข้อมูลป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ เพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

11. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงพัฒนาระบบเทคโนโลยี การสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการจองที่พักโรงแรม จองที่นั่งบนเครื่องบิน ค้นคว้าข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนผลักดัน ให้เกิดการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทและมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวนำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความเจริญเติบโต เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และ การจ้างงาน กระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ เกิดผลดีกับเศรษฐกิจของประเทศในหลาย ๆ ด้าน การท่องเที่ยวยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ สร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันในความแตกต่างทางเชื้อชาติ ภาษา ทำให้เกิดมิตรไมตรี สร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟูสมบัติทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะส่งผลดีอย่างมากแก่ประเทศไทย แต่ก็เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น ๆ ที่จะต้องมีข้อเสียที่จะส่งผลกระทบในทุก ๆ ด้าน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทุก ๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐบาล เอกชน และประชาชนจึงต้องช่วยกันศึกษาหาข้อมูล สำรวจ วางแผน เพื่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบน้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิกนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (วรรณา วงษ์วานิช 2539 : 17 -18)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตนและต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ด่านศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น

นอกจากนี้ การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้ (ศรัญยา วรากุลวิทย์ 2546 : 15 - 20)

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคล ในยุคของข้อมูลข่าวสาร ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งต่าง ๆ ตามอัตภาพของตนเพิ่มขึ้น และจะวางแผนในการเดินทางล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละบุคคลสนใจ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง การใช้เวลาหยุดงานไปท่องเที่ยวในลักษณะสบาย ๆ เช่น บ้านพักตากอากาศ ริมทะเล เชิงเขา ฯลฯ

1.3 การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday) ในวันหยุดนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปต่างท้องถิ่นหรือนอกเมือง นอกถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของตน เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ และการไปแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย

1.5 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health) ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบนี้กำลังเป็นที่นิยม มีการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพอย่างมีระบบ เช่น การเดินทางเพื่อไปรับการรักษาทางการแพทย์ การเดินทางไปอาบน้ำแร่ (Spa) ในแหล่งน้ำแร่ต่าง ๆ และการจัดการท่องเที่ยวเหมาจ่ายเพื่อรักษาสุขภาพ และฟื้นฟูสุขภาพของชมรมอายุร้อยปีชีวีเป็นสุข เป็นต้น

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษา และ ผู้ที่เดินทางไปฝึกอบรมศึกษาดูงานเป็นนักท่องเที่ยวด้วย เช่น การเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างถิ่น ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ วุฒิ และประสบการณ์ การเดินทางเพื่อฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อดูงาน การเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน เป็นต้น

1.7 การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) นับเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง ศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

1.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ในปัจจุบันการเดินทางชนิดนี้จำแนกได้หลายประเภท ได้แก่ การเดินทางเพื่อให้การปรึกษา (Consulting) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า (Sales) เพื่อการดำเนินการ (Operation) เพื่อการจัดการ (Management) และเพื่อการบำรุงรักษากิจการ (Maintenance) อย่างไรก็ตามถ้าจำแนกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมประจำเวลา (Convention) และการแสดงนิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งรวมเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ MICE นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีอำนาจในการซื้อสูง และยังมีผู้ติดตามอีกไม่น้อยกว่าหนึ่งคน

1.9 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relative หรือ VFR) เป็นการเดินทางไปเยี่ยมบิดา มารดา ญาติในถิ่นเกิด หรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว เช่น ชาวตะวันตกเดินทางไปเยี่ยมญาติในเทศกาลคริสต์มาส ชาวไทยเดินทางกลับถิ่นเกิดเพื่อเยี่ยมบิดา มารดา และญาติในเทศกาลสงกรานต์ ชาวจีนนิยมเดินทางไปเยี่ยมครอบครัวในเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1.10 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission) การท่องเที่ยวชนิดนี้เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตน เช่น การเดินทางของคณะรัฐบาลเพื่อไปเยือน ไปประชุมเจรจาในต่างประเทศ การเดินทางของคณะทูต การเดินทางของผู้สอนศาสนา เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ มีสิ่งดึงดูดใจหลายประการ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งดึงดูดใจเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ ที่แตกต่างจากประเทศของตน ต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ เช่น กระทรวงต่างประเทศ กงสุลของประเทศ สถานทูต ศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคลหรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ การท่องเที่ยวชนิดนี้อาจเป็นการเดินทางคนเดียว คู่สามีภรรยา หรือครอบครัว หรือเป็นหมู่คณะที่จำนวนต่ำกว่า 15 คน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาแหล่งท่องเที่ยวได้จากคู่มือนำเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางในการเดินทาง

2.4 การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ การท่องเที่ยวชนิดนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางลักษณะส่วนตัวมาก การเดินชนิดนี้เป็นที่นิยมกันทั่วโลก เรียกว่า GIT (Group Inclusive Tour) นักท่องเที่ยวรู้ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชนิดทัวร์เหมาจ่าย (Package Tour) มีลักษณะใกล้เคียงกับ GIT ต่างกันตรงที่ เส้นทางกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมีหลากหลาย และไม่เคยรู้จักกันมาก่อน

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

3.1 กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)

3.2 กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) และ การท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short - Haul)

3.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

3.4 กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนาจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม

3.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือเป็นคณะ

3.6 กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับ การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

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

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า **ประเภทของการท่องเที่ยว** หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือในการจำแนกที่หมายปลายทางในการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นประเภทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ (อุดม เชยกีวงศ์ และ คณะ 2548 : 48 - 50)

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แช่น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive tour) เป็นการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่ายงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน การสันทนาการโดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical tourism)เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่าง ๆ ชมการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเริงระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น การแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งที่ดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแค้มป์

การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น นักอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในแต่ละกิจกรรมนั้นเป็นพิเศษ เพื่อความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น รื่นเริง บันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการบริการที่เหมาะสม

2. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อหาความเพลิดเพลิน เสาะหาความสนุกสนานตื่นเต้น และพักผ่อนหย่อนใจ

3. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักธุรกิจ และผู้มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจ หรือเพื่อประชุมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่าง ๆ ก่อนการประชุมมีการจัดรายการท่องเที่ยวอาจเป็นรายการทัศนศึกษา หรือหลังการประชุมมีการจัดรายกายการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

4. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ งานประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่าง ๆ

ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคม และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

นอกจากนี้ **การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ** สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบย่อยคือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 12 - 13)

1. การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงการจัดการผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบคือ

2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ซึ่งอาจแบ่งตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว พิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ หรือแบ่งประเภทตามประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งไม่ว่าการท่องเที่ยวจะถูกแบ่งตามลักษณะใดก็ตาม ประเภทของการท่องเที่ยวจะหมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยมีจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งใจไว้ตามความต้องการของตนเอง และพยายาม

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ทำให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และหากพิจารณาในตามการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่เน้นการคำนึงถึงผลกระทบทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ (วรรณา วงษ์วานิช 2539 : 19 - 23)

1. นักท่องเที่ยว

ถือได้ว่า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ ลักษณะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ หรือสัญชาติ เป็นต้น การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันลิขสิทธิ์

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว

สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษคือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี อัธยาศัยไมตรี สาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งซึ่งนักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ (Attraction) เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ หลายอย่างที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่าง ๆ ดังนี้คือ คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่าง ๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ และความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ

3. การคมนาคมขนส่ง

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และ ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในเรื่องการคมนาคมจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้คือ รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ และรูปแบบ หรือปัญหาการจราจร

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ

ข้อมูลและข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่และเอกสารแนะนำต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ ๆ การอบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ การจัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทาง และแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เป็นต้น

การบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบด้วยการบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านสถานที่จอดรถ บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกาย

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงมากที่สุด อาจกระทำได้หลายอย่างเช่น การแนะนำเจ้าหน้าที่ของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกัน และระมัดระวังตน การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองโดยให้ความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ เช่น ระเบียบพิธีการเข้าเมือง การทำวีซ่า และศุลกากร การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร บริการการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก การอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่ง และท่าอากาศยาน เป็นต้น

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เช่น การไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร โทรคมนาคม ความสามารถในการกำจัดขยะ และสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ สถานพยาบาล และโรงพยาบาลต่าง ๆ ที่ทันสมัย เป็นต้น

7. การสนับสนุนอื่น ๆ

เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงินการธนาคาร ระเบียบต่าง ๆ สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าทางด้านต่าง ๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและความเป็นมิตรไมตรีต่อกัน เป็นต้น

หากพิจารณาในด้านของธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ (กุลวรา สุวรรณพิมล 2548 : 48 - 55)

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว) มี 3 ประเภทคือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน ศาสนา และ ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี

2. การคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ได้แก่ การตัดและสร้างถนนมีการขยายเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถรับจ้าง บริการรถเช่า รถนำเที่ยว เป็นต้น การสร้างและนำพาหนะขนส่งทางเรือมาให้บริการ เช่น เรือและแพทุกประเภท เป็นต้น การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ ฯลฯ

3. ที่พักแรม มีหลายประเภทหลายรูปแบบให้เลือกและได้มาตรฐานสากล มีการจัดระบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวก และบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม บังกะโล เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแค้มป์ เป็นต้น

4. ร้านอาหารและภัตตาคาร รูปแบบการจัดการ เช่น ร้านอาหารไทย ร้านอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น ร้านอาหารประจำชาติต่าง ๆ ร้านอาหารจานด่วน ศูนย์อาหาร เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

5. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีการจัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการต่าง ๆ ที่จัดจำหน่าย บริการในด้านการต้อนรับ การรับส่งนักท่องเที่ยวและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

6. ร้านขายของที่ระลึกและขายของพื้นเมือง มีการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน อาหาร เป็นต้น

7. ให้ความปลอดภัย ได้แก่ การแนะนำให้คนท้องถิ่นช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวถึงอันตรายต่าง ๆ การจัดหน่วยงานพิเศษ เป็นต้น

8. การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเพื่อประโยชน์ของประเทศ ได้แก่ การออกกฎหมายเพื่อผ่อนคลายระเบียบวิธีการเข้าออกเมือง การให้บริการขอวีซ่า การบริการข่าวสาร บริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร เป็นต้น

9. จัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดประชุมในประเทศและนานาชาติ การจัดบริการในด้านข้อนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ เป็นต้น

10. การเผยแพร่โฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว การจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวดำเนินไปได้ด้วยความเหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการบริการ การอำนวยความสะดวก และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

เป็นองค์ประกอบหนึ่งในระบบการท่องเที่ยว นอกเหนือจาก การบริการการท่องเที่ยว ตลาดท่องเที่ยว และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (อุดม เชยกีวงศ์ และคณะ 2548 : 156 - 165)

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ

1. จำแนกตามพื้นที่ และ ลักษณะของทรัพยากร “พื้นที่” หมายถึง ที่ตั้งของทรัพยากรนั้น ๆ และ “ลักษณะ” หมายถึง ลักษณะที่เป็นธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์นี้ สามารถจำแนกเป็น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ (Resource – based areas) ลักษณะเด่นอยู่ที่มีความเป็นธรรมชาติดั้งเดิม และนักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับทรัพยากรพื้นที่ว่าเป็นลักษณะใด เช่น พื้นที่ชายทะเลเหมาะทำกิจกรรมว่ายน้ำ ดำน้ำ อาบแดด เป็นต้น ส่วนใหญ่จะอยู่ห่างไกลจากเขตชุมชน และการเดินทางไม่สะดวกเท่าที่ควร

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวกึ่งธรรมชาติ (Intermediate Areas) มักอยู่ไกลชุมชนมากกว่าประเภทแรก แต่มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้เดินทางสะดวก เช่น รีสอร์ท อุทยาน วนอุทยาน เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นผู้ใช้ประโยชน์ (User – oriented Areas) ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ชุมชน การประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ทำได้สะดวกเพราะมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น สวนสนุก เป็นต้น

2. จำแนกประเภท ลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็น

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม รวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณีโบราณมาสู่ชนรุ่นหลัง เช่น ศิลปะการแสดง การแต่งกายแบบโบราณ ภาษาพื้นเมือง วิถีชีวิตชาวบ้าน รวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยวัตถุประสงค์เดิมที่สร้างขึ้น อาจไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยวแต่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น เขื่อน โรงงานผลิตเบียร์ สวนองุ่น โรงงานเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical Resources) หมายถึง พื้นที่ หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่หลงเหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมา และพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทั้งในยุคก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ รวมถึงวัตถุต่าง ๆที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือประดิษฐ์ขึ้นด้วย เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พระพุทธรูป เครื่องปั้นดินเผาโบราณ เป็นต้น

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) หมายถึง ทรัพยากรทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพมีความงามโดดเด่น เอื้อประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ

องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีองค์ประกอบพื้นฐานคือ ลักษณะภูมิประเทศ หมายถึงลักษณะทางกายภาพ และภูมิทัศน์ พืชพรรณ และสัตว์ป่า น้ำ อากาศ ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ และทรัพยากรอื่น ๆ ที่ดึงดูดความน่าสนใจโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ เช่น โครงกระดูกสัตว์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจึงสรุป แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวได้ว่า การท่องเที่ยวนับว่ากิจกรรมที่มีมาตั้งแต่อดีต เป็นกิจกรรมพื้นฐานที่สำคัญที่สุดกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ โดยเป็นการเดินทางที่ประกอบด้วยเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ และมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือประกอบอาชีพ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมีมากมายแตกต่างกันไปตามแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีบทบาทและมีความสำคัญเป็นอย่างมากทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้มนุษย์เข้าใจในความแตกต่างระหว่างกันและกันทั้งทางด้านวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา เกิดสัมพันธภาพที่ดี เป็นมิตรไมตรีที่ดีระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสาร การบริการ ความปลอดภัย สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และ อื่น ๆ นอกจากนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ก็จัดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุก ๆ องค์ประกอบของกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ และมีคุณค่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจึงควรตระหนัก และนำองค์ประกอบเหล่านี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้า รวมถึงการบริหารจัดการ การดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย สงวนลิขสิทธิ์

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เป็นมรดกที่สืบทอดกันมาอย่างช้านานในสังคมมนุษย์ สิ่งที่สังคมมนุษย์โดยส่วนรวมช่วยกันสร้างสรรค์ขึ้นมานี้ เรียกว่า วัฒนธรรม ซึ่งหมายความรวมถึงวัฒนธรรมทางวัตถุและวัฒนธรรมทางจิตใจ อนึ่งคำว่า “วัฒนธรรม” นี้ แปลตามศัพท์ว่า “สภาพที่ทำให้เจริญงอกงาม” การที่เราจะทราบชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมประจำชาติใดชาติหนึ่งในอดีตว่ามีความเจริญก้าวหน้างอกงามทั้งทางวัตถุและจิตใจมากน้อยแค่ไหนเพียงใด ก็จะทราบหรือดูได้จากศิลปโบราณวัตถุสถานของคนในชาตินั้น ๆ ที่เหลือปรากฏอยู่ให้เห็นในปัจจุบัน อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่ายิ่ง ศิลปกรรมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทางจิตใจ ศิลปเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับจิตใจ ดังบทพระราชนิพนธ์ของสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า รัชกาลที่ 6 ข้อความที่ว่า

“ ศิลปกรรมนำใจให้สร่างโศก
บรรเทาทุกข์ในโลกให้เหือดหาย
เจริญตาพาใจให้สบาย
อีกร่างกายก็พลอยสุขสราญ ”

จากบทพระราชนิพนธ์ ศิลปกรรมมีจุดมุ่งหมายไปสู่ความดีงาม มีจุดหมายแตกต่างกันออกไป เป็นศิลปที่อำนวยประโยชน์แก่ความเป็นอยู่ทางกาย (Functional Arts) และศิลปที่อำนวยประโยชน์ทางใจ หรือที่เรียกว่า ศิลปบริสุทธิ์ (Fine Arts) ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่าสิ่งที่เป็นศิลปช่วยให้จิตใจของมนุษย์มีความสดชื่น ถือว่า ศิลปมีค่านิยมมีคุณค่า (มาโนช ตัณชวนิชย์ มปป : 1-4)

วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่มีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่าง อันเป็นแบบแผนในความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้สร้างระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการควบคุม และใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ โดยวัฒนธรรมมีลักษณะที่สำคัญคือ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ได้มาโดยการเรียนรู้ วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคม เป็นวิถีชีวิตหรือแบบของการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่มั่นคงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ (สุพัตรา สุภาพ 2534 : 107)

จึงกล่าวได้ว่า **วัฒนธรรม** คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคม วัฒนธรรมจึงมีความหมายครอบคลุมแบบแผนการดำเนินชีวิตทุกแง่มุม พิจารณาจากทัศนะการยังชีพแล้ว อาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมเป็นดั่งอุปกรณ์ที่มนุษย์ใช้เพื่อการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด วัฒนธรรมจึงเป็นภูมิปัญญาที่คนรุ่นลูกหลานได้สืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษ ในปัจจุบันได้มีการนำสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 253)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนกลาง

บทบาทวัฒนธรรมไทยกับการท่องเที่ยว จากการแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา ฯลฯ ประเภทสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ศาสนสถาน โบราณสถาน ซึ่งเป็นผลผลิตของวัฒนธรรมที่มีตัวตนเป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจน และ ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ซึ่งเป็นต้นตอมาจากแนวความคิด ความเชื่อ วิถีประชา ซึ่งเป็นนามธรรมแต่ได้มีการพัฒนาจนมีองค์ประกอบมาเสริมขึ้นจนมีลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบประกอบขึ้นมา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ได้โดยตรง สำหรับประเทศไทยวัฒนธรรมที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานโบราณวัตถุ แหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ วัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี งานหัตถกรรม และสินค้าในท้องถิ่นต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อัธยาศัยไมตรีของคนไทย และทรัพยากรประเภทศิลปวัฒนธรรมมากมายหลายประเภท แต่เมื่อรวมกันแล้วกลับมีความสอดคล้อง ผสมผสาน และกลมกลืนเป็นวัฒนธรรมไทยได้อย่างสมบูรณ์ (สาขาวิชานโยบายและ การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก 2546 : 18) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ มรดกทางศิลปวัฒนธรรมจึงแสดงออกถึงความเป็นชาติไทยให้ปรากฏ ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่เน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกประเพณีที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วิถีชีวิต พิพิธภัณฑ์ การแสดง แหล่งโบราณคดี การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือต่าง ๆ และการกระทำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผู้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้ (Sigala and Leslie 2005 : 5 - 6)

ริชาร์ด (Richards 1997) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งแตกต่างไปจากถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อหาความรู้ และประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น ซึ่งหมายความรวมถึง การเดินทางของบุคคลเพื่อสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมที่ตนสนใจโดยเฉพาะ เช่น ประเพณี ศิลปะ การแสดงละคร เป็นต้น

ซิลเบอร์เบิร์ก (Silberberg 1995) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางเพื่อไปพำนักอาศัยกับเจ้าของบ้านหรือในชุมชนสังคมที่นักท่องเที่ยวสนใจ โดยเกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิถีชีวิต ประเพณีต่าง ๆของคนท้องถิ่น ศาสนา หน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ เป็นต้น

ฟริดเจน (Fridgen 1991) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการเยี่ยมชมวิถีชีวิต และ

ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนท้องถิ่น ที่มีความแตกต่างกันตาม หรือการเยี่ยมชมร่องรอยกิจกรรมการดำเนินชีวิตของผู้คนในอดีต

ไทจ์ (Tighe 1991) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 3 ส่วนคือ การเดินทาง นักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะหมายถึง แหล่งประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ทัศนศิลป์ การแสดงศิลปะ อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ศิลปหัตถกรรม งานเฉลิมฉลอง และ เทศกาลต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อได้รับประสบการณ์ และความสนใจในวัฒนธรรม

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO 1985) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจไปที่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงหมายความรวมถึง การเดินทางเพื่อการเรียนรู้ ชมการแสดงศิลปะ การเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาล หรือเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและอนุสาวรีย์ การเดินทางเพื่อการเรียนรู้ธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้าน การเดินทางแสวงบุญ ฯลฯ

ดังนั้น **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)** จึงเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ งานประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น (อุดม เชยกีวงศ์ และคณะ 2548 : 50) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้และความภูมิใจ หรือเป็นการเดินทางเพื่อชื่นชมและศึกษาวัฒนธรรม ประเพณีที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ (สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก 2546 : 18)

การให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นไป 2 ระดับ โดยระดับแรกคือ ความหมายในอุดมคติ หมายถึง สิ่งที่ควรจะเป็นจริงตามกฎระเบียบ แนวทางและความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น โบราณสถาน วัด เป็นสถานที่ที่เคยใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา จิตรกรรมฝาผนังคือ ห้องเรียนที่สอนพุทธประวัติ ศีลธรรมจริยธรรม เป็นต้น และในระดับต่อมาคือ วัฒนธรรมตามสภาพที่เป็นจริง หมายถึง ในสภาพที่เป็นจริง สิ่งเดียวกันอาจมีความหมายที่แตกต่างกันไปจากความหมายในอุดมคติ ตัวอย่างเช่น การนำเอาโบราณวัตถุมาเป็นสินค้าแทนที่จะสงวนรักษาไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อคนรุ่นหลังต่อไป เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 253)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรมที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ (ศิริ ฮามสุโพธิ์ 2543 : 67 - 77)

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรม (Cultural Landscapes) ผลงานและเรื่องราวของมนุษย์ ทั้งยุคบรรพบุรุษและยุคปัจจุบัน เป็นสิ่งกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างและประดิษฐกรรมทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งโบราณคดี สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน เขตพื้นเมือง (Folk Landscapes) ความเป็นพื้นบ้านพื้นเมืองดั้งเดิม สถานที่ทางการเมือง สถานที่ทางการศึกษา และสถานที่ทางศาสนา เป็นต้น

2. ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ได้แก่ งานเทศกาลหรือประเพณี ศิลปะฝีมือของมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นถึงจินตนาการที่ละเอียดอ่อนแตกต่างกันในแต่ละสังคม งานจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม ศิลปะการแสดงและดนตรี ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติต่าง ๆ และแสดงออกถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นต่าง ๆ ภาษาในปัจจุบันกลุ่มนักเรียนทั้งมัธยมและมหาวิทยาลัยได้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในยุโรปและอเมริกามากมาย โดยวัตถุประสงค์เพื่อเรียนภาษาจากเจ้าของภาษาที่แท้จริง เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

3. ศาสนา ในเรื่องของความเชื่อถือและความศรัทธานั้น มี 4 – 5 ศาสนาที่ต้องมีการเดินทางไปต่างประเทศ อันเป็นแหล่งกำเนิดของศาสนา หรือเป็นแหล่งที่ตั้งศูนย์กลางศาสนจักร ดังนั้น พวกที่เดินทางไปนมัสการทางศาสนา ก็ได้รับผลความพอใจที่ได้มีการท่องเที่ยวไปในตัว เช่น การได้เดินทางไปนมัสการเมกกะ เป็นเงื่อนไขอันพึงปรารถนาของชาวมุสลิม เป็นต้น

4. ธุรกิจและวิชาการ เช่น การเดินทางเพื่อติดต่อทางธุรกิจ การเดินทางเพื่อเข้าร่วมในโครงการวิจัยบางอย่าง การประชุม การไปศึกษายังมหาวิทยาลัย เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าปัจจัยทางสังคมวิทยาที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

5. เกียรติภูมิ (Esteems) เป็นความปรารถนาของบุคคลบางคนที่ตั้งความหวังไว้ หรืออาจจะเป็นเพราะค่านิยมในสังคมบางประการที่ยกย่องการเดินทางไปในสถานที่บางแห่ง เช่น การท่องเที่ยวแถบยุโรป แถบทะเลคาริบเบียน ฮาวาย ฯลฯ เพราะในแหล่งเหล่านี้ เป็นการท่องเที่ยวของผู้มีรายได้ มีรสนิยมการบริโภคสูง และมีความเป็นอยู่หรูหราฟุ่มเฟือย เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความร่ำรวย รสนิยมสูง และเกียรติภูมิของคนเองและวงศ์ตระกูล

6. การประกอบอาชีพ ลักษณะของการประกอบอาชีพของประชากรจะมีส่วนสนับสนุนกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประกอบอาชีพของประชากรที่รวมกลุ่มกันดำเนินการผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างไปจากบริเวณอื่น ๆ เช่น การผลิตมีดอรัญญิกที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น นอกจากนี้การประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นต่างๆที่ไม่ปรากฏในถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว หรือเป็นอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น ตลาดน้ำวัดไทร เป็นต้น

7. การคมนาคมขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเดินทางโดยสะดวก และอยู่ไม่ไกลจากชุมชนมากนัก และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปกลับในวันเดียวได้ จะมีผู้เข้าไปใช้บริการมาก และการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ ด้วย

8. โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก (Superstructure) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกเหนือพื้นดินที่ใช้บริการจากโครงสร้างพื้นฐาน เช่น รีสอร์ท โรงแรม ภัตตาคาร ศูนย์ซื้อสินค้าและบริการ พิพิธภัณฑสถาน ร้านค้า ฯลฯ จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เจริญ และขยายตัวให้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปเนื่องจากความสะดวกสบายนั่นเอง

9. สถานเริงรมย์ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยทางสังคมวิทยาอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ทั่วไปตามเมืองใหญ่ ๆ หรือเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ สถานเริงรมย์ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ไนต์คลับ อาบอบนวด ฯลฯ

10. การกีฬาและนันทนาการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สามารถดึงดูดให้ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี รสนิยมสูง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น การแข่งขันกอล์ฟ นอกจากจะทำให้ร่างกายแข็งแรงเพลิดเพลินแล้ว ยังอาศัยจังหวะและเวลาเจรจาธุรกิจการเมือง ในเวลาเดียวกัน

11. สุขภาพอนามัย เช่น การเดินทางไปอาบน้ำแร่ตามบ่อน้ำแร่ต่าง ๆ หรือไปสูดอากาศบริสุทธิ์ชายทะเล การตากอากาศในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีส่วนช่วยให้สุขภาพจิตดีขึ้น และช่วยให้การรักษาโรคบางโรคได้ผลมากยิ่งขึ้น

12. เพื่อนฝูงและญาติพี่น้อง สำหรับประเทศไทยถ้าพิจารณาในแง่ของสังคมวิทยาประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการคมนาคมขนส่ง การสื่อสารแล้วจะเป็นแรงจูงใจให้มีการเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างญาติพี่น้อง และเดินทางกลับภูมิลำเนา เนื่องในโอกาสเทศกาลที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะสืบเนื่องมาจากระบบเครือญาติที่แสดงออกถึงความกตัญญู ความห่วงหาอาทรที่มีต่อกันตามวัฒนธรรมของท้องถิ่นเหล่านั้น

13. อัธยาศัยไมตรีของประชากรที่เป็นเจ้าของท้องถิ่น เพราะการให้การต้อนรับผู้มาเยือนจากเจ้าของบ้านด้วยความเป็นมิตร มีอัธยาศัยเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และสนใจทำความรู้จักคุ้นเคยต่อ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้า

14. ความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบริการของธุรกิจการท่องเที่ยว การคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การรวมตัวของหน่วยธุรกิจการท่องเที่ยวเอกชน การร่วมมือแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวระหว่างรัฐบาลและเอกชน เป็นต้น

15. การปฏิบัติงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นปัจจัยสำคัญในฐานะเป็นองค์กรของรัฐบาลที่รับผิดชอบในการบริหารและจัดการ ให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองนโยบาย และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมสิทธิ์

16. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของโลก ปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัฒน์หรือยุคข่าวสารข้อมูล ความร่วมมือระหว่างประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็น และถือได้ว่าเป็นปัจจัยทางสังคมวิทยาที่เป็นสากลที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

จากปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรมที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยว ที่กล่าวมาแล้วนั้นเป็นเพียงเหตุผลเบื้องต้นเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยากที่จะเจาะจงลงไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพราะโดยปกติการเดินทางมักมีมากกว่าหนึ่งเหตุผลเสมอในเวลาเดียวกัน บางครั้งมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว แต่มีอุปสรรคหรือข้อขัดข้องที่ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น ปัญหาด้านสุขภาพ ความไม่พร้อมทางด้านร่างกาย ความสูงอายุ ความพิการ ปัญหาด้านรายได้และค่าครองชีพ เป็นต้น ดังนั้นหากปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยส่งเสริม และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ก็จะช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดผลกระทบกับชุมชนได้ทั้งทางบวก และทางลบ ดังนี้ (ศรีพร สมบุญธรรม 2537 : 17, อ้างถึงใน สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก 2546 : 19)

ผลกระทบด้านบวก ได้แก่

ทางสังคม จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งเป็นการถ่ายทอดชื่อเสียงของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมศิลป์

ทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น จะก่อให้เกิดการพัฒนาและการฟื้นฟูทางด้านศิลปะและงานหัตถกรรมท้องถิ่น ตลอดจนเทศกาล งานประเพณีที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของชุมชน อีกทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น

ผลกระทบด้านลบ ได้แก่

ทางสังคมก่อให้เกิดการสูญเสียเอกลักษณ์ดั้งเดิมทางวัฒนธรรม จากกระบวนการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ความเชื่อ การแต่งกาย พฤติกรรมและรูปแบบการบริโภคของคนในท้องถิ่นเนื่องจากการเอาอย่างนักท่องเที่ยว

ทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น อาจเกิดความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นเพราะความแตกต่างกันในทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และทัศนคติ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังมีส่วนกระตุ้นให้เกิดธุรกิจที่ผิดกฎหมายเช่น การพนัน การค้าประเวณี ยาเสพติด ฯลฯ ขึ้นในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในด้านการเผยแพร่สมบัติทางวัฒนธรรมของชาติที่คนไทยทุกคนมีความภาคภูมิใจในสิ่งที่แสดงถึง ประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการ และความเจริญรุ่งเรืองในอดีต แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรได้รับการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนาให้มี

ศักยภาพในการรองรับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุก ๆ ฝ่ายควรให้ความร่วมมือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

การจัดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปะ และพัฒนาการของชุมชนในอดีต จึงเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ ดังนั้นต้องคำนึงถึงหน้าที่หลักของทรัพยากรเป็นสำคัญ โดยการจัดการสามารถทำได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 204 - 213)

แหล่งประวัติศาสตร์ประเภทเมือง

สามารถทำการจัดการ 3 ด้าน คือ

1. การจัดการด้านกายภาพ เป็นการจัดการด้านการอนุรักษ์ ดูแล รักษาหลักฐานทางประวัติศาสตร์ การจัดการทางทัศนียภาพ และความกลมกลืนของแหล่งประวัติศาสตร์กับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่อยู่รอบข้าง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1.1 เมืองร้าง การจัดการด้านกายภาพของเมืองร้างโดยทั่วไป ได้แก่

การปรับปรุงพื้นที่ของเมือง เป็นการจัดการให้พื้นที่ของเมืองไม่รกรุงรังจากวัชพืช และต้นไม้ต่าง ๆ โดยการกำจัดพืชที่เป็นไม้เลื้อย และต้นไม้ใหญ่ไม่ให้มีโอกาสเข้าไปทำลายอาคารสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ตัดหญ้า ปลูกต้นไม้ประจำถิ่น เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมในตำแหน่งที่เหมาะสม โดยไม่ให้เป็นอันตรายต่อตัวอาคาร หรือทำให้ทัศนียภาพโดยรวมหมดคุณค่า

การจัดสถานที่ชมความงาม โดยต้องให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และองค์ประกอบโดยรอบ โดยไม่ให้มีลักษณะเด่นกว่าสิ่งก่อสร้างในเมืองทั้งขนาด รูปแบบ และสี

1.2 เมืองร้างแต่ในปัจจุบันได้นำกลับมาใช้ใหม่ สภาพของเมืองประเภทนี้มักถูกรุกล้ำ และมีการทำลายเปลี่ยนแปลงตัวอาคารที่มีอยู่ การจัดการด้านกายภาพทำได้ดังนี้

การปรับปรุงพื้นที่ของเมือง ที่เหลือจากการรุกล้ำ และพื้นที่ซึ่งควรกันไว้ไม่ให้เกิดการรุกล้ำ หรือแม้แต่มีการใช้ประโยชน์แล้ว แต่สมควรให้ออกไปเนื่องจากเป็นพื้นที่สำคัญของเมือง เช่น กำแพงเมือง คูเมือง

การจัดกลุ่มงานที่เป็นเนื้อหาของเมืองให้มีลักษณะเด่น อาจเป็นกลุ่มศาสนสถาน อาคารที่อยู่อาศัย ศูนย์ราชการ ควรจัดการให้มีลักษณะเด่น ปรับปรุงสิ่งรุกล้ำให้กลมกลืนกับกลุ่มงานที่เป็นเนื้อหาของเมือง โดยอาจทาสีอาคาร ปลูกต้นไม้ เพื่อลดความแข็งกระด้างของพื้นที่ลงให้สิ่งที่เป็นเนื้อหาของเมืองโดดเด่นขึ้น

การจัดแนวกันชนระหว่างเนื้อหาของเมืองกับชุมชน หมายถึง แนวที่ประชิดกับกลุ่มเนื้อหาของเมือง ควรจัดการให้มีขึ้นในลักษณะของเทศบัญญัติห้ามก่อสร้างอาคารที่สูงเกินกว่าที่กำหนด

การจัดพื้นที่กิจกรรมให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม พื้นที่กิจกรรมอาจเป็นร้านค้าของสิ่งเล็ก ๆ หรือพื้นที่ที่ทำเป็นประเพณี เช่น การฉลอง พิธีกรรม ก็ควรให้มีพื้นที่กลมกลืนไม่มีลักษณะเด่นจนทำให้ทัศนียภาพโดยรวมเสีย

1.3 เมืองที่มีความต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สภาพของเมืองประเภทนี้ มักมีการรื้อถอน เปลี่ยนแปลง ดัดแปลง รุกล้ำ สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ตามความเจริญของแต่ละสมัยในประวัติศาสตร์ การจัดการทำได้ดังนี้

การจัดพื้นที่ซึ่งเป็นเนื้อหาของเมืองให้มีลักษณะเด่น พื้นที่เนื้อหาของเมืองได้แก่ คูเมือง กำแพงเมือง กลุ่มศาสนสถาน พื้นที่อยู่อาศัยดั้งเดิม โดยอาจรื้อถอนสิ่งแปลกปลอมออก จัดการอนุรักษ์ตามวิธีการ ปรับปรุงทัศนียภาพให้เหมาะสม

การจัดแนวกันชนระหว่างพื้นที่สำคัญกับชุมชนโดยรอบ พื้นที่สำคัญซึ่งอาจเป็น พระราชวัง ศาสนสถาน และกลุ่มงานก่อสร้างให้ลักษณะของเมืองประเภทนี้อาจอยู่กระจายกัน การจัดแนวกันชนจึงควรพิจารณาเป็นพิเศษ โดยอาจใช้ถนนเป็นแนวกันชน หรือรื้อถอนสิ่งก่อสร้างที่ประชิด และทำความเสียหายให้กับพื้นที่สำคัญออกไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1.4 เมืองร้างแต่นำกลับมาใช้ใหม่ในอดีตสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เมืองร้างประเภทนี้ มีการแก้ไขดัดแปลงเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้สอยนำพื้นที่กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ การจัดการทางกายภาพของเมืองทำได้ดังนี้

การจัดกลุ่มอาคารหรือพื้นที่สำคัญให้มีลักษณะเด่น อาจอยู่ในรูปของการรื้อถอน หรือเปลี่ยนแปลงลดความสูงของตัวอาคารที่อยู่โดยรอบซึ่งมีความสูงกว่า หรือทำให้เกิดทัศนียภาพที่งดงามลง ปลูกต้นไม้ให้เกิดความสวยงามรมรื่น บำรุงรักษาซ่อมแซมอาคารหรือพื้นที่สำคัญตามหลักวิชาการ

การจัดแนวกันชนระหว่างพื้นที่สำคัญกับชุมชนโดยรอบ ทำได้โดยการลดความสูงของอาคารที่บดบังกลุ่มอาคารหรือพื้นที่สำคัญ การปลูกต้นไม้ การปรับพื้นที่ให้เป็นสีเขียวโดยปลูกหญ้าเพื่อลดความรู้สึกแข็งและแห้งแล้งลง

2. การจัดการให้ความรู้ เพื่อให้ตอบสนองทางการท่องเที่ยวนั้น เมืองทุกประเภทที่ได้กล่าวถึง มีแนวทางการจัดการ ดังนี้

2.1 การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งให้ความรู้เบื้องต้นทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี เศรษฐกิจ สังคม ศิลปะ รวมทั้งลักษณะเด่นของเมือง ควรมีการจัดแสดงเส้นทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งการเดินเท้า จักรยาน รถยนต์ แหล่งที่พักผ่อนระหว่างการ

ชมสถานที่ต่าง ๆ ให้คำแนะนำในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีเวลาจำกัด จัดแสดงเส้นทางไปยังพื้นที่ซึ่งเป็นเนื้อหาสำคัญของเมือง รวมทั้งบริการประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์บริการด้วย

2.2 การจัดทำคู่มือนำชม เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเรื่องความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งแหล่งความรู้ ระเบียบกฎเกณฑ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดทำไว้รองรับ รวมทั้งคำแนะนำต่าง ๆ เช่น กรณีที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเรื่องควรได้เข้าชมที่ใดบ้าง กรณีที่นักท่องเที่ยวมีเวลาจำกัด เป็นต้น ซึ่งจะมีประโยชน์ทั้งระหว่างการท่องเที่ยว และเมื่อกลับไปแล้ว

2.3 การจัดทำแผ่นป้ายประจำสถานที่ มีทั้งที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญ และอายุเวลา กับที่ทำขึ้นเพื่อแสดงแผนผังและรูปทรงของสถานที่หรือกลุ่มอาคาร การจัดทำแผ่นป้ายประจำสถานที่ควรใช้วัสดุที่กลมกลืนกับสถานที่ สภาพแวดล้อม การใช้ภาษากระชับเข้าใจง่าย สถานที่ติดตั้งต้องไม่ปิดบังหรือขัดต่อทัศนียภาพโดยรวม

2.4 การจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อาจจัดทำได้ในรูปแบบของวีดีทัศน์ แผ่นซีดี ภาพถ่าย โบราณสถานโบราณวัตถุ แผ่นพับ แผ่นคั่นหนังสือ ของที่ระลึก

3. การจัดการอำนวยความสะดวก เป็นการจัดการในส่วนองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งอาจจัดการโดยสรุปได้ ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

3.1 การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ควรเป็นลักษณะที่เรียบง่ายใช้การเดินเท้าเป็นหลัก เส้นทางดังกล่าวไม่ควรทำให้มีลักษณะเด่น เส้นทางนั้นควรมีบรรยากาศที่ร่มรื่น

3.2 การจัดทำที่นั่งพัก โดยจัดให้อยู่ตามแนวทาง หรือสถานที่ที่เหมาะสม ให้มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ ต้องออกแบบให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม รวมทั้งการใช้วัสดุ และสีมีความกลมกลืนด้วย

3.3 การจัดทำห้องสุขา โดยจัดให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม ออกแบบและใช้วัสดุ สี ให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม รวมทั้งอาจปลูกต้นไม้ท้องถิ่นเพื่อซ่อนตัวอาคารโดยหาพันธุ์ไม้และตกแต่งให้เกิดความกลมกลืนลดความเด่นของตัวอาคารลง

3.4 การจัดการระบบระบายน้ำ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดน้ำท่วมในกรณีฝนตกรุนแรง รวมทั้งให้น้ำระบายออกได้อย่างรวดเร็วเพื่อลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับตัวอาคาร

3.5 การจัดการเรื่องแสงสว่าง ตามทางเดิน สถานที่นั่งพัก หรือเพื่อส่องสว่างให้กับอาคาร สิ่งก่อสร้างที่เป็นเนื้อหาของเมือง ออกแบบติดตั้งให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การเดินสายไฟควรร้อยลงในท่อฝังดินไม่ให้ขัดกับทัศนียภาพ

3.6 การจัดการเรื่องความปลอดภัย มีแนวทางจัดการได้หลายรูปแบบพร้อมกัน ได้แก่ การจัดเจ้าหน้าที่ตรวจเป็นระยะ จัดตั้งปุ่มกดฉุกเฉิน และจัดตั้งโทรศัพท์แจ้งเหตุตามจุดต่าง ๆ แต่ทั้งนี้ต้องมีความกลมกลืนกับสถานที่ มีป้ายบอกการเข้าถึงอย่างชัดเจน จัดบริการตรวจสอบของหาย และเจ้าหน้าที่ปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3.7 การจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น ไม่ควรจัดให้อยู่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะไม่เหมาะสมแล้ว ยังทำลายความน่าเชื่อถือในฐานะเป็นแหล่งหาความรู้ด้วย พื้นที่ขายของที่ระลึกจึงควรจัดพื้นที่เหมาะสมขึ้นโดยเฉพาะ ควรอยู่ในพื้นที่ที่มีความสำคัญน้อย การออกแบบพื้นที่ต้องเรียบง่าย มีความกลมกลืน จำกัดความสูง

3.8 การจัดหาภาชนะรองรับขยะ อาจเป็นของที่ผลิตในท้องถิ่น หรือออกแบบให้เหมาะสมกลมกลืนกับสถานที่ วัสดุ และสีต้องไม่มีลักษณะเด่น มีฝาปิดมิดชิด

3.9 การจัดเส้นทางท่องเที่ยวในขอบเขตเมือง ควรจัดการให้เป็นไปตามลักษณะของความสนใจของนักท่องเที่ยว มีระยะทางที่ไม่ไกลนัก หรือมีระยะทางที่สัมพันธ์กับเวลา ลักษณะของเส้นทางอาจเป็นเส้นทางเดินเท้า ซึ่งต้องการพื้นผิวที่ดี มีป้ายบอกเส้นทางและระยะทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่จอดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวด้วย ในกรณีเมืองที่มีการอยู่อาศัยต่อเนื่อง และเมืองร้างที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ การจัดขอบเขตของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน อาจเป็นขอบเขตเนื้อหาของเมือง และขอบเขตย่อย เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกแต่ละขอบเขตอย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ย่านประวัติศาสตร์

เป็นที่ซึ่งประกอบกิจกรรมที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของเมือง เช่น ย่านการค้า ย่านชุมชนเก่า เป็นต้น ย่านประวัติศาสตร์ในที่นี้เป็นพื้นที่ซึ่งยังคงใช้งานมีการประกอบกิจกรรมประจำวันอยู่ในปัจจุบัน การจัดการย่านประวัติศาสตร์จึงมีความสัมพันธ์กับชุมชน และกิจกรรมประจำวันในย่านนั้น ด้วยวิธีการจัดการที่สำคัญ ได้แก่

1. การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ชุมชนซึ่งอยู่ในพื้นที่ย่านประวัติศาสตร์ประเภทต่าง ๆ ควรได้มีส่วนร่วมในการจัดการให้ข้อเสนอแนะวิธีการ เมื่อย่านชุมชนของตนเป็นที่รองรับการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลพื้นที่มีทัศนคติที่ดีกับการท่องเที่ยว เรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนของตนไว้ จะช่วยให้ชุมชนสามารถควบคุมกันเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการด้านกายภาพ เป็นการปรับปรุงพื้นที่โดยรวมให้มีความกลมกลืน มีความเรียบร้อย ร่มรื่น สะอาด งดงาม ได้แก่ การปรับปรุงทางเท้า ปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่นและงดงาม ยกเลิกป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่บดบังทัศนียภาพโดยรวม รักษาความสะอาดของย่านหรือชุมชนอย่างเข้มงวด และสม่ำเสมอ

3. การจัดการแนวกันชนย่านประวัติศาสตร์ อาจจัดการโดยกฎหมายท้องถิ่นซึ่งได้ประกาศใช้อยู่แล้ว เช่น การกำจัดความสูงในการสร้างอาคารสูงประชิดย่านหรือชุมชนที่อนุรักษ์ และจะต้องห่างไปเป็นระยะเท่าใด เป็นต้น นอกเหนือจากนั้นการจัดการให้เกิดความรื่นรม ลดความแออัดของยานพาหนะภายในย่านอนุรักษ์ ทั้งนี้ควรได้รับการยอมรับจากสาธารณชนด้วย

4. การจัดการเรื่องแหล่งความรู้ อาจทำได้หลายรูปแบบโดยการจัดทำหนังสือนำชม ประกอบด้วย เนื้อหาทางประวัติศาสตร์ ลักษณะกิจกรรม อาคาร กลุ่มอาคารที่อยู่อาศัยของย่านหรือชุมชนนั้น โดยให้เกิดจินตภาพของอดีตสืบเนื่องจนถึงปัจจุบัน การจัดทำวีดีทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย ภาพนิ่ง รวมทั้งการจัดทำแผ่นพับเพื่อแจกจ่าย การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายประวัติ ในส่วนที่มีความสำคัญเพื่อดึงดูดความสนใจ ตำแหน่งที่เคยเกิดเหตุการณ์ที่สำคัญในประวัติศาสตร์ของย่านนั้น การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อาจเป็นศูนย์ขนาดเล็ก แต่อยู่ในลักษณะของการให้คำแนะนำ ตอบคำถาม จัดจำหน่ายเอกสาร

5. การจัดการเรื่องความสะดวก เป็นการจัดการที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการด้านกายภาพ ได้แก่ การจัดทำแผนที่ หรือจัดทำแผ่นป้ายที่ติดตั้งตามตำแหน่งที่เหมาะสม การกำหนดเส้นทางเท้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะผ่านสถานที่น่าสนใจในชุมชนหรือย่านนั้น ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้ตามความสนใจ ติดตั้งป้ายบอกสถานที่ ระยะทาง จัดหาที่นั่งพักตามจุดที่เหมาะสม จัดหาแหล่งขายของที่ระลึก จัดจุดรับ – ส่งนักท่องเที่ยว รวมทั้งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แหล่งโบราณคดี

แหล่งโบราณคดีในที่นี้หมายถึง พื้นที่ซึ่งมีร่องรอยของการประกอบกิจกรรมของมนุษย์ในอดีต อาจมีสิ่งก่อสร้างหรือไม่มีสิ่งก่อสร้างในพื้นที่นั้นก็ได้ รวมทั้งอาจเป็นสถานที่ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่มนุษย์ในอดีตนำมาดัดแปลงใช้งานในสมัยของตนด้วย ดังนั้นแหล่งโบราณคดีจึงอาจเป็นโบราณสถานที่อยู่โดด ๆ แหล่งที่เคยมีการขุดค้นเพื่อค้นหาหลักฐานทางโบราณคดี แล้วจัดแสดงผลการขุดค้นในแหล่งนั้น หรือถ้ำที่มนุษย์เคยนำมาดัดแปลงเป็นที่อยู่อาศัยประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ในอดีต ตัวอย่างเช่น ปราสาทหินหลายแห่งในประเทศไทย แหล่งขุดค้นที่บ้านเชียง เป็นต้น ดังนั้น การจัดการแหล่งโบราณคดีให้มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวนั้น โดยทั่วไปแล้วอาจแยกออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งโบราณคดีที่มีสิ่งก่อสร้าง แหล่งประเภทนี้ ประกอบด้วย สิ่งก่อสร้างที่มีความแตกต่าง ได้แก่ แท่งหิน ถ้ำที่อยู่อาศัย ถ้ำหรือเพิงผาที่มนุษย์เคยใช้เป็นที่อยู่อาศัยประกอบกิจกรรมและที่มีภาพเขียนบนผนังถ้ำนั้น เช่น ผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่ธรรมชาติที่ถูกดัดแปลง อาจเป็นการสกัดหินหรือเพิงผาเป็น ศาสนสถาน โบราณสถานที่อยู่โดดเดี่ยว เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน เช่น เป็นที่หมายการเดินทาง หรือที่หมายของเขตแดน เช่น เจดีย์ 3 องค์ ที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

แหล่งโบราณคดีที่กล่าวถึงข้างต้นมีลักษณะความน่าสนใจแตกต่างกัน และมักจะมีผู้สนใจเฉพาะแหล่งที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนใหญ่ การจัดการแหล่งโบราณคดีให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสามารถทำได้ ดังนี้

1.1 การจัดการด้านกายภาพ ได้แก่ การจัดการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อย จัดการทางด้านภูมิทัศน์ด้วยการปลูกต้นไม้ ปลูกหญ้า โดยใช้พันธุ์ไม้พื้นถิ่น ตกแต่งให้มีความกลมกลืน ไม่ให้มีลักษณะโดดเด่นกว่าสิ่งก่อสร้างที่เป็นองค์ประกอบหลัก

1.2 การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้ การจัดการทำได้โดยการทำในรูปหนังสือที่มีการค้นคว้าที่เชื่อถือได้ ภาพถ่าย วีดิทัศน์ ภาพนิ่ง แผ่นพับ ขึ้นเผยแพร่และจำหน่าย จัดทำแผ่นอธิบายความสำคัญของแหล่งโบราณคดีชองพื้นที่แห่งนั้น ติดประจำที่เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของผู้สนใจ

1.3 การจัดการด้านความสะดวก ได้แก่ การจัดแนวทางเดินชมแหล่งโบราณคดี ที่นั่งพักผ่อน สุขา ที่จอดรถ หรือมีการจัดเส้นทางจากแหล่งโบราณคดีไปยังชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวใช้จักรยาน หรือ เดินเท้าเข้าไปยังชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงได้ การจัดการด้านความสะดวกต้องออกแบบและใช้วัสดุที่ไม่ให้มีลักษณะเด่นกว่าองค์ประกอบหลัก

1.4 การจัดการเรื่องความปลอดภัย การจัดการเรื่องนี้ นอกจากความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังต้องจัดการในเรื่องความปลอดภัยของแหล่งโบราณคดี เพื่อป้องกันความเสียหายและการเสื่อมโทรม โดยให้มีเจ้าหน้าที่ตรวจตราให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว แจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่ เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนกลาง

2. แหล่งโบราณคดีที่ไม่มีสิ่งก่อสร้าง แหล่งโบราณคดีประเภทนี้มักเป็นแหล่งชุมชน แหล่งที่อยู่อาศัย แหล่งที่มีการผลิต แหล่งที่มีการประกอบพิธีกรรมเป็นส่วนใหญ่ โดยทั่วไปจะมีหลักฐานของการอยู่อาศัยหรือประกอบกิจกรรมกระจายอยู่ในพื้นที่นั้น เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง และแหล่งโบราณคดีบ้านธารประสาท เป็นต้น การจัดการแหล่งโบราณคดีประเภทนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงต้องจัดการหลังจากที่มีการขุดค้น หรือศึกษาทางวิชาการแล้ว และพบว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยจัดให้พื้นที่ขุดค้นเป็นสถานที่จัดแสดงในลักษณะที่องค์ประกอบของโบราณวัตถุยังคงวางอยู่ในตำแหน่งเดิมเป็นหลักในการจัดการ แนวทางการจัดการมีดังนี้

2.1 การจัดการด้านกายภาพ ได้แก่ การสร้างอาคารคลุมพื้นที่ซึ่งมีการศึกษาทางโบราณคดี จัดทำทางเดิน ปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบพื้นที่ให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การออกแบบสร้างอาคารเป็นไปอย่างเรียบง่ายมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากที่สุด

2.2 การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้ ได้แก่ การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ขั้นตอนการขุดค้น เพื่อศึกษาโบราณวัตถุที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น ป้ายความรู้นี้อาจจัดแสดงในตัวอาคารซึ่งคลุมพื้นที่อยู่แล้วหรือที่เหมาะสม จัดทำหนังสือ แผ่นพับ และสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้แก่สาธารณชน

2.3 การจัดการด้านความสะดวก ได้แก่ ที่พักผ่อน สุขา ที่จอดรถ แหล่งขายสินค้าพื้นถิ่น

2.4 จัดการด้านมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ ควรมีการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยสร้างความเข้าใจรับฟังข้อเสนอแนะของชุมชน รับฟังความต้องการของชุมชน หรือเชิญผู้แทนของชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีความสัมพันธ์ และมีความร่วมมือที่จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จึงสรุปได้ว่า แหล่งโบราณคดีจะหมายถึง พื้นที่ที่ซึ่งในอดีตมีร่องรอยการประกอบกิจกรรมของมนุษย์ในสมัยก่อน โดยแบ่งออกเป็น แหล่งโบราณคดีที่ไม่มีสิ่งก่อสร้าง และ แหล่งโบราณคดีที่มีสิ่งก่อสร้าง การจัดการแหล่งโบราณคดีให้มีศักยภาพในการท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการในหลาย ๆ ด้าน เช่น การจัดการด้านกายภาพ ด้านความสะดวก ด้านการเรียนรู้ ด้านความปลอดภัย ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นต้น

โบราณสถานเป็นประโยชน์ในศาสตร์สำคัญ 3 สาขา คือ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความสำคัญของโบราณสถาน สามารถจำแนกได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 215 - 216)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมสิทธิ์

1. ทำให้เกิดจิตสำนึกของความเป็นชาติ โบราณสถานมีส่วนในด้านการเป็นสัญลักษณ์ภูมิปัญญา หลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องทางพัฒนาการ ความเป็นมาร่วมกันของชนชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกถึงการร่วมกันเผชิญอุปสรรคในอดีต มีความเป็นเอกภาพในชาติ

2. เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เป็นหลักฐานที่เป็นรูปธรรมของเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น จึงเป็นหลักฐานที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์แขนงต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม ศิลปะ เป็นต้น ช่วยในการอธิบายเนื้อหาของประวัติศาสตร์ที่มีเหตุผล มีความเป็นไปได้ และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้มากขึ้นด้วย

3. เป็นหลักฐานแสดงความสามารถ และภูมิปัญญาของคนในอดีต ความสามารถในการสร้างสรรค์ การคัดเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับงาน แนวคิด ความเชื่อที่ได้แสดงจากหลักฐานผลงานที่ปรากฏให้เห็น เป็นสิ่งแสดงถึงความสามารถและภูมิปัญญาที่นำมาปรับใช้สนองความต้องการของสังคม และการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้ ความเพลิดเพลิน ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้ จะมีสาระที่เป็นความรู้หลายด้าน เช่น สถาปัตยกรรม ศิลปะ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และประเพณี เป็นต้น ในฐานะที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การสร้างงานที่เกี่ยวเนื่อง มีเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศ ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่ทั้งนี้ต้องมีการจัดทรัพยากรที่เหมาะสม

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของโบราณสถานจะหมายถึงสถานที่ซึ่งมีหลักฐานทางอารยธรรม หลักฐานทางประวัติศาสตร์หรือเป็นผลงานซึ่งมีความสำคัญที่มีผู้สร้างไว้ในอดีต แสดง

ถึงวิวัฒนาการในอดีต และตกทอดสืบต่อมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน โดยอายุ ประวัติ หรือ ลักษณะของการก่อสร้าง จะเป็นประโยชน์ต่อ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี ด้วย ในปัจจุบัน ทุกประเทศได้นำเอาโบราณสถานเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญประเภทหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากความงามตามธรรมชาติ ภูมิอากาศ และการบันเทิง ต่าง ๆ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน มีหน้าที่หลักคือ เป็นแหล่งเรียนรู้ จึงตอบสนองความต้องการในการแสวงหาความรู้ที่สำคัญ การพัฒนา และการจัดการจึงมีความสำคัญ เพื่อให้โบราณสถานปลอดภัย และได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี

แนวทางการจัดการโบราณสถาน

กรมศิลปากรมีแนวทางที่ใช้ดำเนินการในการดูแลรักษาแหล่งโบราณสถาน ซึ่งจัดเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย โดยแนวทางการจัดการโบราณสถาน มีดังนี้ (กรมศิลปากร 2526, อ้างถึงใน ขวัญสุดา ขันธวิทย์ 2541 : 10 - 12)

การอนุรักษ์

1. ดูแล ตรวจสอบ สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ในท้องถิ่น มิให้ถูกบุกรุกทำลาย เสียหาย เสื่อมโทรม ด้วยวิธีการที่เหมาะสมโดยการประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบ และประชาชนในท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. เก็บ และรวบรวมข้อมูลของที่ตั้งแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมทั้งรายงานสภาพแวดล้อมโดยรอบที่เป็นอยู่ในปัจจุบันส่งไปยังศูนย์รวมข้อมูลเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม และแหล่งชุมชนโบราณ สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

3. ประสานงานกับพระสงฆ์ที่อยู่ในท้องถิ่นในการช่วยสอดส่องดูแล สงวนรักษาแหล่งศิลปกรรม และหน่วยงานอนุรักษ์ฯ ควรให้คำแนะนำในการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ให้คงความมีระเบียบเรียบร้อย และรักษาสภาพที่มีอยู่เดิมไว้ เช่น ควรมีการกันเขตพุทธาวาสและสังฆาวาส ให้มีระยะห่างที่เหมาะสม การสร้างอาคารใหม่ไม่ควรให้ชิดกับอาคารโบราณสถานเดิมที่มีอยู่ เป็นต้น

การส่งเสริม

1. สนับสนุนให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในแต่ละท้องถิ่นอย่างถูกวิธี เป็นระบบและเหมาะสมตามขั้นตอนที่กำหนดไว้

2. สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มอนุรักษ์ขึ้นในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจกันบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์แก่ท้องถิ่น โดยมีส่วนช่วยป้องกัน ดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมอย่างใกล้ชิด

การพัฒนา

1. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่นจะเป็นงานส่วนหนึ่งของการพัฒนาหมู่บ้าน ตำบลให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ร่วมใจประสานประโยชน์เพื่อท้องถิ่นและประเทศชาติ

2. เป็นหน่วยงานที่จะต้องประสานประโยชน์ในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

3. พิจารณาโครงการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น และก่อให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ในกรณีที่โครงการนั้นเป็นโครงการเร่งด่วน หรือมิได้มีการวางแผนทางด้านการอนุรักษ์ไว้ก่อนที่จะดำเนินการ ในกรณีนี้ควรแจ้งให้สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติทราบโดยด่วน หรือหาวิถีทางที่จะชะลอโครงการนั้นไว้ก่อน

การเผยแพร่

1. ดำเนินการให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุ และแหล่งศิลปกรรมที่ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อเปิดให้ประชาชนในท้องถิ่นและทั่วประเทศ รวมทั้งต่างประเทศได้เข้าชม ทั้งนี้จะต้องเป็นการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น รวมทั้งวิธีการอนุรักษ์ฯ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเหลือด้านการควบคุม ตรวจสอบ และดูแลมิให้มีการทำลายสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมเพิ่มมากขึ้น

และนอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวควรใช้ควบคู่กับจิตสำนึกและการอนุรักษ์พื้นที่เพื่อเป็นการรักษาแหล่งโบราณสถานเอาไว้ถึงรุ่นลูกหลาน ซึ่งวิธีการอนุรักษ์แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมของกรมศิลปากร มีหลักการจัดการคือ นักอนุรักษ์ต้องมั่นใจว่าจะสามารถทำให้คืนสภาพเดิมได้ เช่น

ถ้าเป็นไปได้ในทางเทคนิคใช้วัสดุที่ผลของมันจะสามารถทำให้คืนสภาพเดิมได้

อย่ามองข้ามในเรื่องวัสดุเก่าดั้งเดิมเมื่อถึงคราวจำเป็นที่จะต้องใช้วัสดุใหม่ ๆ ในอนาคต

อย่ากีดกันความเป็นไปได้ในเรื่องการเข้าศึกษาหลักฐานเกี่ยวกับการผสมผสานของโบราณวัตถุ (ในเรื่องสี คุณภาพของสี เนื้อวัสดุ และขนาด)

อย่าทำให้การต่อเติมเสริมใหม่ข่มวัสดุดั้งเดิม แต่ให้ความสำคัญกับหลักฐานทางโบราณคดี

อนุรักษ์ให้ได้มาตรฐานดั้งเดิมในเรื่องแบบ วัสดุ ฝีมือ หรือการส่งเสริมสิ่งใหม่ (ประดิษฐ์) และในกรณีที่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมต้องระวังเรื่องลักษณะเด่น และส่วนประกอบที่สำคัญ

สรุปได้ว่า แนวทางการจัดการโบราณสถานต้องประกอบด้วย การอนุรักษ์ การส่งเสริม การพัฒนา และ การเผยแพร่ กระบวนการเหล่านี้ต้องมีแนวทางที่สาธารณชนที่มีส่วนเป็นเจ้าของสามารถยอมรับได้ อีกทั้งไม่ทำให้คุณค่าในความสำคัญด้านต่าง ๆ ของโบราณสถานลดลงด้วย การมีมาตรการป้องกันที่ดี มีข้อจำกัดบางประการ เพื่อให้แนวทางการจัดการโบราณสถานมีความปลอดภัย และได้รับการดูแล นอกเหนือไปจากการหาประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยทุก ๆ ฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน มีแนวทางการจัดการ 5 แนวทาง คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2545 : 218 - 222)

1. การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน คาดหวังว่าจะได้รับความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตามสมควร ก่อนที่จะนึกถึงองค์ประกอบด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างภูมิภาคและต่างวัฒนธรรม เพื่อเปรียบเทียบระยะเวลาทางประวัติศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจในวัฒนธรรมและความคิดของคนในสมัยเดียวกันในส่วนของนักท่องเที่ยวท้องถิ่น การท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถานเป็นความภาคภูมิใจที่ได้เห็นความเจริญพัฒนาการของประเทศตนเอง การจัดการเรื่องของการให้ความรู้จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ แนวทางจัดการได้แก่

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันที่

1.1 ข้อมูลของโบราณสถาน เพื่อศึกษาความเป็นมาของโบราณสถานตามหลักฐานที่มีอยู่ ความสำคัญของตัวโบราณสถานในเชิงประวัติ ลักษณะทางสถาปัตยกรรม ลักษณะทางศิลปกรรม ภูมิปัญญา รวมทั้งความเชื่อของท้องถิ่นเกี่ยวกับโบราณสถาน เช่น ตำนาน นิทานท้องถิ่น เป็นต้น โดยอาจจัดออกมาในรูปของหนังสือ แผ่นพับ แผ่นป้าย โดยใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย และควรแปลเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.2 การจัดให้มีศูนย์ข้อมูลที่แหล่งโบราณสถาน โบราณสถานบางแห่งมีลักษณะเป็นกลุ่มโบราณสถาน เช่น พระราชวัง วัด หรือแหล่งที่อยู่อาศัย ซึ่งมีพื้นที่กว้าง ประกอบไปด้วย โบราณสถานที่มีความหลากหลายทั้งทางประวัติ รูปแบบสถาปัตยกรรม และศิลปกรรม ดังนั้นควรจัดให้มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถาน เพื่อให้ความรู้ด้านภาพรวมของกลุ่มโบราณสถาน รวมทั้งแสดงความแตกต่างของแต่ละสมัย โดยจัดแสดงในลักษณะภาพถ่าย แผนผัง คำอธิบาย ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาความรู้ได้ด้วยตนเอง หรืออาจมีวิทยากรอธิบาย ศูนย์ข้อมูลอาจมีหนังสือนำชมโบราณสถาน ภาพถ่าย ของที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่นั่งพักผ่อน ห้องสุขา บริการฝากสิ่งของ และติดตามของหาย เป็นต้น

1.3 การจัดให้มีวิทยากรนำชม วิทยากรนำชมควรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานแห่งนั้นอย่างดีเยี่ยม มีความรู้ในด้านการศึกษาเปรียบเทียบกับงานในภูมิภาคอื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อันเป็นพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความเชื่อถือ

2. การจัดการด้านภูมิทัศน์ ภูมิทัศน์ของแหล่งโบราณสถานเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการทรัพยากรอย่างหนึ่ง มีความสะอาดของสถานที่หรือขอบเขตของพื้นที่เป็นพื้นฐาน โดยมีแนวทางการจัดการ ดังนี้

2.1 ปรับพื้นที่ให้เป็นไปตามลักษณะเดิม เพื่อไม่ให้เกิดพื้นที่ต่างระดับในขอบเขตที่โบราณสถานตั้งอยู่ หรือหากเป็นโบราณสถานที่สร้างใกล้เคียงกันแต่ต่างสมัยทำให้ระดับผิวพื้นเดิมต่างกัน ต้องหาทางจัดการให้เกิดความเชื่อมต่อโดยปรับพื้นที่ให้ลาดเท แทนการลดระดับเพื่อสะดวกแก่การเดิน ระดับพื้นผิวควรปลูกหญ้าตัดเรียบ และดูแลสม่ำเสมอ

2.2 ปลูกพันธุ์ไม้ในพื้นที่โบราณสถาน พันธุ์ไม้ที่ปลูกควรเป็นไม้พื้นถิ่นที่ไม่สูงเกินกว่าโบราณสถาน ปลูกในตำแหน่งที่สมควรที่ร่างไว้ในแบบแปลนสำหรับจัดภูมิทัศน์ ในกรณีที่มีต้นไม้ใหญ่มาแต่เดิม หากไม่เป็นอันตรายต่อตัวโบราณสถานควรรักษาไว้ การปลูกพันธุ์ไม้ในพื้นที่ต้อทำโดยรอบคอบ รูปแบบของการจัดทำต้อให้ความสำคัญต่อโบราณสถาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

3. การจัดการด้านบริการพื้นที่ คือการจัดการด้านความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แนวทางจัดการด้านบริการ ได้แก่

3.1 ด้านการคมนาคม จัดการให้มีเส้นทางคมนาคมมายังแหล่งโบราณสถานได้สะดวก รวมทั้งจัดการให้มีเส้นทางติดต่อไปยังโบราณสถานแห่งอื่นได้ ทำป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งโบราณสถาน ทำเครื่องหมายสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และป้ายจราจรที่ชัดเจนมีขนาดตามมาตรฐานสากล

3.2 ด้านการอำนวยความสะดวก จัดการให้มีที่จอดรถที่สามารถรองรับรถขนส่งนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้ ที่จอดรถควรอยู่นอกขอบเขตโบราณสถานเพื่อไม่ให้โบราณสถานได้รับผลกระทบจากความสั่นสะเทือน และมลภาวะทางฝุ่นควันได้ จัดทำทางเดินเท้าไปยังแหล่งโบราณสถาน รวมทั้งแสงสว่าง ห้องสุขา ร้านขายของที่ระลึก ทั้งหมดที่ได้กล่าวมาต้องทำจากวัสดุที่มีความกลมกลืนกับโบราณสถาน ต้องไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เกิดลักษณะเด่นข่มโบราณสถาน การออกแบบอาคารต้องให้มีความสูงน้อยกว่าโบราณสถาน อยู่ในตำแหน่งที่ไม่บังภูมิทัศน์ของโบราณสถาน ทั้งควรปลูกพันธุ์ไม้ท้องถิ่นตามแบบที่ร่างขึ้นเพื่อช่วยพรางลักษณะแปลกปลอมของอาคารที่ก่อสร้างใหม่ จัดหาที่นั่งพักผ่อน จัดหาที่ทิ้งขยะมูลฝอยตั้งตามตำแหน่งที่สมควร จัดการเรื่องระบายน้ำในขอบเขตโบราณสถาน ทั้งนี้การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องวางสายหรือท่อ ควรวางใต้พื้นดินและต้องตรวจสอบให้มีความปลอดภัย

3.3 ด้านการพักแรม จัดให้มีการพักแรมในพื้นที่ใกล้เคียงกับโบราณสถาน หากมีศักยภาพในการจัดการได้ และท้องถิ่นนั้นมีสิ่งที่น่าสนใจควรแก่กาพักแรม ซึ่งอาจจัดใน

รูปแบบของการพักรวมกับเจ้าของบ้าน (home stay) หรือในลักษณะของบ้านพัก (guest house) ในรูปแบบที่ไม่ขัดต่อระเบียบ และวัฒนธรรมของชุมชน ต้องเน้นเรื่องความสะอาด ปลอดภัยเป็นสำคัญด้วย

4. การจัดการด้านความปลอดภัย เป็นการสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับโบราณสถาน ทั้ง 2 ประเภทนี้ ควรทำควบคู่กันไป ควรคำนึงถึงตัวทรัพยากรด้วยการจัดการด้านความปลอดภัยเป็นสำคัญ ได้แก่

4.1 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความมั่นใจในการที่จะเข้าชมแหล่งโบราณสถาน การจัดการที่ควรทำ ได้แก่

การทำป้ายเตือนจุดอันตราย ได้แก่ ทางเดินต่างระดับ บันไดสูงชัน ถนนหรือทางลื่น ป้ายเตือนควรอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ง่าย แต่ไม่ควรให้มีลักษณะเด่น

การจัดบุคลากรเดินตรวจ โดยบุคลากรควรอบรมให้มีความสามารถในการช่วยเหลือเบื้องต้นด้วย นอกเหนือไปจากการดูแลความปลอดภัยตามปกติ

การจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม สินค้าภายในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกันควรมีราคาเท่ากัน ปิดราคาที่ตัวสินค้าอย่างเปิดเผย สินค้ามีคุณภาพ ไม่จำหน่างสินค้าที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวทั้งราคาและคุณภาพ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การจัดบริการติดตามของหาย สิ่งของที่นักท่องเที่ยวลืมหรือทำหาย ควรมีบริการให้ผู้ที่เป็นเจ้าของสามารถติดตามได้ โดยจัดให้มีห้องเก็บ เพื่อติดตามได้ง่าย

4.2 ความปลอดภัยของโบราณสถาน การนำโบราณสถานมาใช้เป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวย่อมขัดกับวัตถุประสงค์หลักในอดีต นอกจากนั้น โบราณสถานยังมีอายุยาวนาน วัสดุในการก่อสร้างย่อมเสื่อมสภาพไปตามธรรมชาติ เช่น ไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมาก เป็นต้น การรักษาความปลอดภัยของโบราณสถานจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก การจัดการที่ควรทำได้แก่

การควบคุมการใช้งาน หมายถึง การรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละครั้งที่อาจทำให้โบราณสถานไม่สามารถรับภาระได้ เสื่อมสภาพหรือหักพังเร็วเกินควร ถือว่าเป็นตัวเร่งในการทำลายโบราณสถานด้วย การควบคุมอาจจำกัดจำนวนผู้เข้าชมแต่ละครั้ง หรือไม่อนุญาตให้เข้าชมภายในอาคาร ให้ชมได้แต่ภายนอกเท่านั้น

การควบคุมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ขาดจิตสำนึกคึกคะนอง ย่อมขาดความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินส่วนรวม พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเสมอ ได้แก่ ปีนป่ายโบราณสถาน ขีดเขียนสลักเพิ่มเติม สกัด กะเทาะ ลบ ต่อเติม การถ่ายภาพในห้องจัดแสดงอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุ เป็นต้น

การควบคุมสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบเสริมให้โบราณสถานทรงคุณค่า และยืดอายุเวลาของโบราณสถานออกไปให้คนในอนาคตได้รับประโยชน์

ในด้านการศึกษาหาความรู้ รวมทั้งประโยชน์อื่นที่เอื้ออำนวย โดยทำได้ดังนี้ การป้องกันการบุกรุกพื้นที่ การป้องกันการสั่นสะเทือน การป้องกันมลภาวะทางเสียง การป้องกันมลภาวะทางสิ่งปฏิกูลและน้ำเสีย

5. การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ชุมชนที่โบราณสถานตั้งอยู่ถือได้ว่าเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ ชุมชนจึงควรมีส่วนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนด้วย เพื่อนำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดทางด้านต่าง ๆ มาพิจารณาร่วมกันให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทรัพยากรมีความยั่งยืน ปัญหาที่ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการแก้ไขที่เป็นพื้นฐาน คือปัญหาด้านผลกระทบ ได้แก่

5.1 ผลกระทบทางบวก ที่ชุมชนได้รับอันเกิดจากผลการท่องเที่ยวเป็นการมองในภาพรวม และมักจะเกิดกับผู้ที่มีศักยภาพ มีความตื่นตัว มีสถานภาพสูงในชุมชนของตนมากกว่าที่จะได้รับทุกคน ในทางพื้นฐานได้แก่

โอกาสในการค้า เป็นการค้าที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เช่น สินค้าพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง ผลผลิตจากหัตถกรรม ของที่ระลึก เป็นต้น

โอกาสในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นการรองรับในรูปแบบของการพักกับครอบครัว(home stay) หรือในรูปของที่พัก (guest house)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

โอกาสในการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นโอกาสที่เกิดจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางคมนาคม พาหนะรับจ้างที่มีจำนวนมากขึ้น และอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับการพัฒนาแหล่งนั้น ๆ

5.2 ผลกระทบทางลบ มักเกิดขึ้นกับคนหมู่มากในชุมชน การจัดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ให้ชุมชนมีส่วนร่วม จึงเป็นการสร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชน ผลกระทบทางลบที่เป็นพื้นฐาน ได้แก่

การขัดแย้งทางวัฒนธรรม การที่นักท่องเที่ยวนำเอาวัฒนธรรมของตนมาปฏิบัติในกลุ่มชนที่ต่างวัฒนธรรมกันย่อมเกิดความขัดแย้งได้

ความแออัดและมลภาวะ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดภาวะความแออัดในชุมชน และมลภาวะทั้งทางด้านเสียงรถยนต์ เครื่องยนต์ ควันและกลิ่นจากเครื่องยนต์ ทำให้เกิดความเครียดกับคนในชุมชน

การรุกล้ำความเป็นส่วนตัว เป็นสภาวะทางจิตใจเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการเรื่องราวทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน ทำให้มีผลต่อการรุกล้ำความเป็นส่วนตัว เช่น การเข้าชมบ้าน การถ่ายภาพกับสถานที่ส่วนบุคคล เป็นต้น

ความปลอดภัยในทรัพย์สิน ถ้าบุคคลที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวมาหาประโยชน์โดยไม่สุจริต ก่อให้เกิดผลในเรื่องของความไม่ปลอดภัยในทรัพย์สินขึ้น

ผลกระทบทั้งสองด้านทั้งด้านบวก และด้านลบซึ่งเป็นพื้นฐานที่ได้กล่าวมาแล้ว ควรได้รับการดูแลโดยจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในเรื่องของปัญหา วิธีการแก้ปัญหา รวมทั้งความต้องการของชุมชน ความสะอาด ความเป็นระเบียบของชุมชน โดยยึดถือวิถีชีวิตที่ปฏิบัติอยู่เป็นหลัก เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน และเป็นแนวทางจัดการที่ดีที่สุดกับแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกแห่ง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็น ศิลปวัตถุ โบราณสถาน วัดวาอาราม ปราสาทราชวัง สถานที่ซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีต่าง ๆ งานประเพณี วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ ถือได้ว่า เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ ทำให้ทราบเกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และวัฒนธรรม ซึ่งหลักฐานทางโบราณคดีเหล่านี้แสดงถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่แสดงถึงความสามารถและภูมิปัญญาของคนในสมัยอดีต เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดจิตสำนึกของความเป็นชาติ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละยุคสมัย ซึ่งเป็นผลงานที่บรรพชนได้อุทิศความคิด เวลา และ แรงงานประดิษฐ์ขึ้นด้วยความอุตสาหะ จึงนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยมีหลักการจัดการที่สำคัญ เช่น การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การจัดการด้านภูมิทัศน์ ด้านบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยให้อยู่ในแนวทางการอนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนาและเผยแพร่ โดยควบคู่ไปกับจิตสำนึกของสาธารณชน ให้มีความตระหนักในปัญหาความเสื่อมโทรม เสียหายของโบราณสถานเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ ดังนั้น การให้คุณค่าต่อโบราณสถานและโบราณวัตถุจะส่งผลถึงการคุ้มครอง การให้ความสำคัญ การบำรุงรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรม ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนสืบไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

3. เมืองโบราณอู่ทอง

โบราณสถานและแหล่งโบราณคดีสำคัญของประเทศไทยมีเป็นจำนวนมาก เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จัดเป็นอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

เมืองโบราณอู่ทอง

เมืองโบราณอู่ทอง เป็นเมืองโบราณยุคประวัติศาสตร์ที่สำคัญเมืองหนึ่งในวัฒนธรรมทวารวดี ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมยุคแรกสุดที่เกิดขึ้นในดินแดนประเทศไทย ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำจระเข้สามพัน ตำบลท่าพระยาจักร(ปัจจุบันคือ ตำบลอู่ทอง) อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ห่างจากจังหวัดสุพรรณบุรีประมาณ 30 กิโลเมตร ผังเมืองมีลักษณะเป็นรูปวงรี วางตัวตามแนวทิศตะวันออกเฉียงเหนือ – ตะวันตกเฉียงใต้ มีขนาดกว้างประมาณ 700 เมตร ยาวประมาณ 1,650 เมตร เนื้อที่ประมาณ 976 ไร่ มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ ขนาดของคู กว้างประมาณ 20 เมตร มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ ภายในเมืองมีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดี ทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุในวัฒนธรรมแบบทวารวดีจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของดินแดนประเทศไทยในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12 – 16 เมืองโบราณอู่ทองจึงมีคุณค่าในทางการศึกษา และการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมืองโบราณอู่ทองปรากฏหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย เป็นเมืองโบราณที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมอินเดีย เมืองโบราณอู่ทองเป็นศูนย์กลางทางการค้าและพุทธศาสนาราวพุทธศตวรรษที่ 12 – 16 หรือประมาณ 1,000 – 1,500 ปีที่ผ่านมา จากการสำรวจของนักโบราณคดีพบหลักฐานว่าภายในตัวเมืองอู่ทองและบริเวณโดยรอบมีเนินโบราณสถานกระจายอยู่ไม่น้อยกว่า 20 แห่ง เนินดินเหล่านี้เป็นที่ตั้งของสถูป เจดีย์โบราณ ต่อมากรมศิลปากรได้ดำเนินการขุดแต่งพบว่าเป็นศาสนสถานในศาสนาพุทธสมัยทวารวดี ห่างออกไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของตัวเมืองประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของกลุ่มโบราณสถานคอกช้างดิน ซึ่งเป็นกลุ่มศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างเนื่องในศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกา เมืองโบราณอู่ทองมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีอย่างมาก เนื่องจากได้พบหลักฐานที่แสดงถึงฐานะการเป็นเมืองท่า เป็นศูนย์กลางการค้าของโลกยุคโบราณและอาจเป็นเมืองหลวงรุ่นแรกของวัฒนธรรมทวารวดี นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางของพุทธศาสนายุคแรกของประเทศ (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ม.ป.ป. : 3)

จากการศึกษาทางโบราณคดีในอดีตที่ผ่านมา ทำให้ทราบว่าเมืองโบราณอู่ทองนี้มีมนุษย์อยู่อาศัยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เมื่อประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว โดยการพบหลักฐานประเภทขวานหินขัด ลูกปัด ภาชนะดินเผา แวดินเผาสำหรับปั่นด้าย และเครื่องมือเครื่องใช้โลหะอื่น ๆ อีกมากมาย ชุมชนในสมัยนี้เป็นชุมชนในสังคมเกษตรกรรมเนื่องจากสภาพที่ตั้งชุมชนเป็นเขตที่ราบ

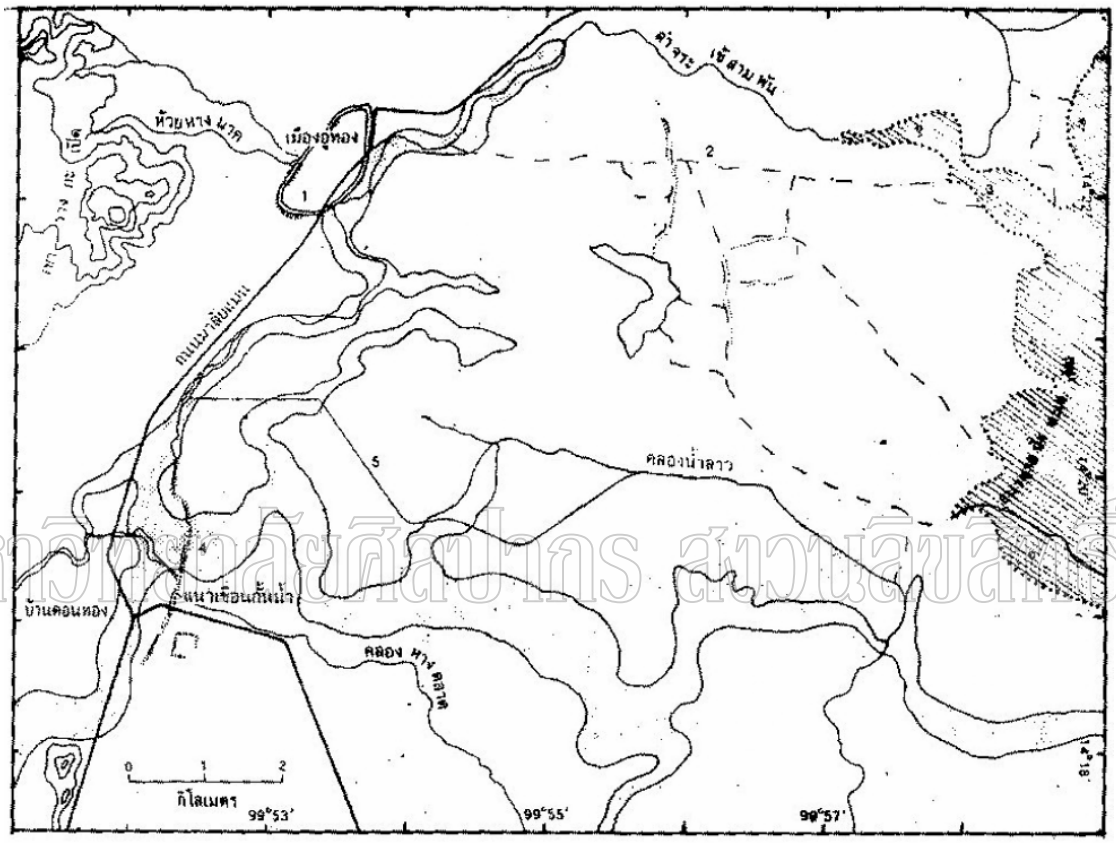
ขั้นบันไดและที่ราบลุ่มแม่น้ำ ทำให้สามารถทำการเพาะปลูกได้ผลดีจนชุมชนตั้งหลักแหล่งได้อย่างถาวร ประกอบกับสามารถติดต่อกับชายฝั่งทะเลได้อย่างสะดวก จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ชุมชนโบราณในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง สามารถพัฒนาสภาพสังคมและเศรษฐกิจจนขยายตัวเข้าสู่สังคมเมืองซึ่งมีความเจริญ และมีความซับซ้อนทางสังคมมากขึ้น และกลายเป็นเมืองศูนย์กลางทางวัฒนธรรมเมืองหนึ่งในลุ่มน้ำเจ้าพระยา และจากหลักฐานประเภทโบราณวัตถุที่พบในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้ทราบว่า เมืองโบราณอู่ทองได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับดินแดนแถบโพ้นทะเลโดยเฉพาะอินเดีย จนทำให้นักวิชาการหลายท่านเชื่อว่า เมืองโบราณอู่ทองอาจจะเป็นดินแดน “สุวรรณภูมิ” ที่พระเจ้าอโศกมหาราชได้ส่งพระโสณะเถระและพระอุตระเถระมาเผยแพร่พระพุทธศาสนาในราวพุทธศตวรรษที่ 3 และจากการที่รับวัฒนธรรมจากอินเดียอย่างมาก จนทำให้ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11 – 12 ได้เกิดวัฒนธรรมแบบใหม่ขึ้นเรียกกันว่า “ทวารวดี” ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันระหว่างรูปแบบวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมที่รับมาจากอินเดียเป็นหลัก วัฒนธรรมนี้มีจุดเด่นอยู่ที่รูปแบบทางศิลปกรรมเฉพาะตัว มีการใช้ภาษามอญร่วมกัน และมีการนับถือพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลัก (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ข : 1 – 3)

นอกจากนี้ อาจารย์ตรี อมาตยกุล นักประวัติศาสตร์และโบราณคดีคนสำคัญของประเทศไทย ได้กล่าวถึงเมืองโบราณอู่ทองไว้ว่า เมืองอู่ทองเป็นเมืองร้างอยู่ทางฟากตะวันตกลำน้ำจระเข้สามพัน เป็นเมืองเก่าแก่ใหญ่โตมีปราการก่อด้วยดิน ตัวเมืองเป็นรูปวงรี กว้างประมาณ 1 กิโลเมตร ยาวประมาณ 2 กิโลเมตร มีคูล้อมรอบแนวปราการด้านหน้าซึ่งสูงราว 3 เมตร ต่อจากนั้นเป็นแผ่นดินต่ำลงไปจนถึงท่าพระยาจักร แต่เดิมแม่น้ำจระเข้สามพันเป็นแม่น้ำใหญ่นานมากระแสน้ำเปลี่ยนทางเดิน จนทำให้ตื้นเขินและแคบเข้า จนเกิดแผ่นดินที่ราบริมตลิ่ง เนื่องจากแม่น้ำตื้นเขิน จึงเกิดกันดารน้ำขึ้นในฤดูแล้ง จึงปรากฏว่ามีการขุดสระขนาดใหญ่ในตัวเมืองหลายสระยังมีซากจนทุกวันนี้ (ตรี อมาตยกุล 2516 : 341 - 343)

รองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม แห่งคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดเห็นว่า เมืองโบราณอู่ทองและปริมณฑล คือบริเวณศูนย์กลางของรัฐหรือแคว้นสำคัญที่พัฒนาขึ้นในสมัยสุวรรณภูมิ ที่มีโบราณสถานวัตถุสนับสนุนมากกว่าที่อื่น ๆ เพราะตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม ทั้งจากเส้นทางข้ามคาบสมุทรจากฝั่งมหาสมุทรอินเดียมายังฝั่งทะเลจีนในอ่าวไทย อีกทั้งเป็นศูนย์กลางที่จะติดต่อทางทะเลไปยังบ้านเมืองทางตะวันออก นอกจากนั้นยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางบกที่ผ่านลุ่มน้ำเจ้าพระยาทางซีกตะวันออกเข้าลุ่มน้ำลพบุรี – ป่าสักไปยังที่ราบสูงโคราชในลุ่มน้ำมูล – ชี และแม่น้ำโขงอีกด้วย อีกสิ่งหนึ่งจากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบในเขตเมืองอู่ทองและปริมณฑล ก็คือได้พบร่องรอยของคนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมและศาสนา อันแสดงให้เห็นถึงการเป็นสังคมนานาชาติได้ดีกว่าที่อื่น ๆ นั่นก็คือ แหล่งโบราณคดีที่เป็นชุมชนโบราณอันกระจายอยู่ตามท้องถิ่นต่าง ๆ นั้น มักมีโบราณวัตถุ หรือโบราณสถานที่มี

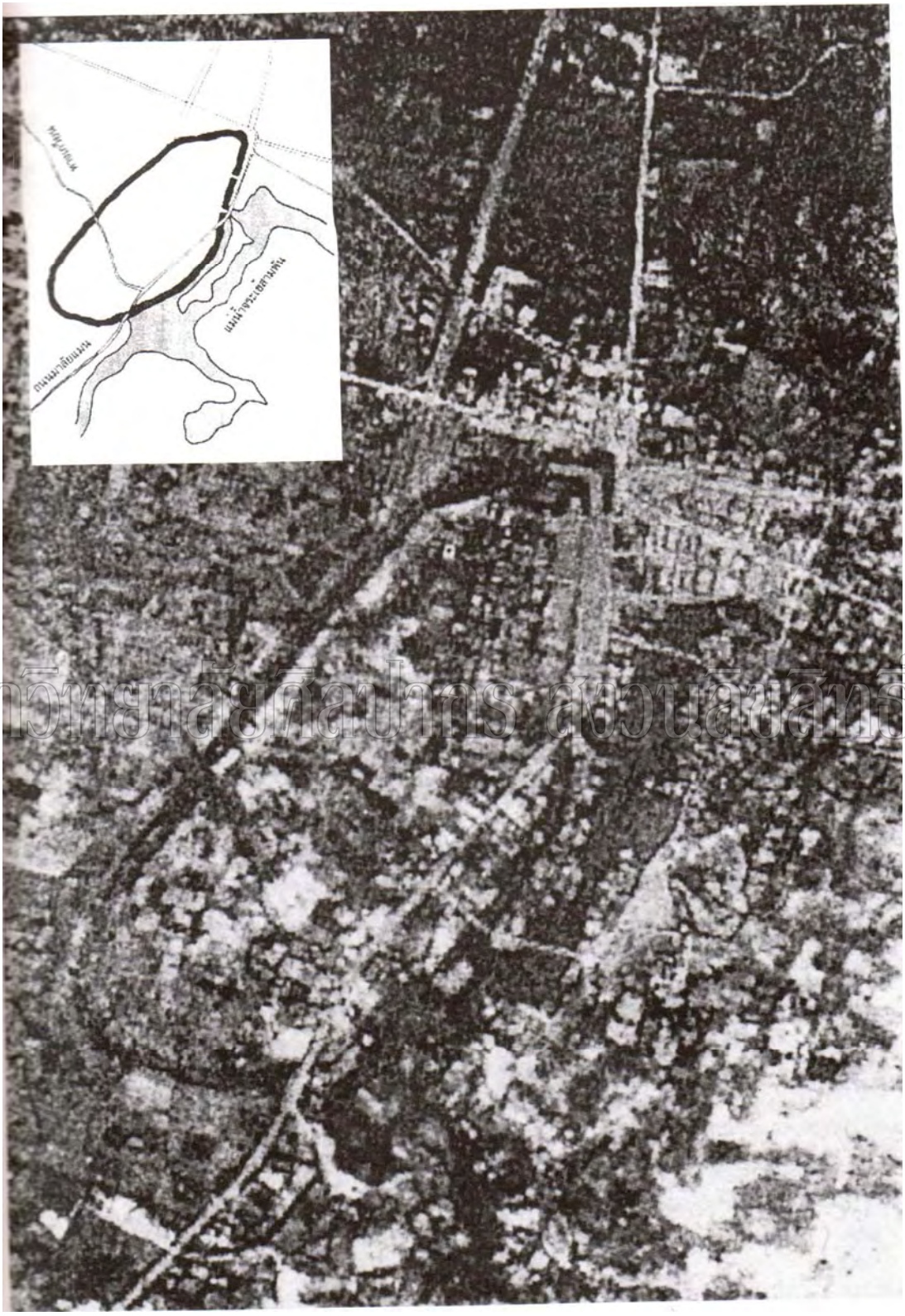
มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

รูปแบบแตกต่างกันที่สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของผู้คนด้วย ตัวอย่างเช่น การพบจี้ที่มีสัตว์สองหัวที่เรียกว่า “ลิง – ลิง - โอ” ในเขตเมืองอู่ทองซึ่งยังไม่ทราบตำแหน่งว่ามาจากที่ใดนั้น ก็แสดงให้เห็นว่าเป็นคนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมซาหวิ่นที่อยู่ชายทะเลในเขตประเทศเวียดนาม เป็นต้น (ศรีศักร วัลลิโภดม 2549 : 76 - 77)



มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชาวิจัย

ภาพที่ 1 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเมืองโบราณอู่ทอง และ แนวชายฝั่งทะเลเดิม
ที่มา : ทิวา ศุภจรรยา, “สภาพภูมิประเทศแหล่งที่ตั้งชุมชนโบราณในจังหวัดสุพรรณบุรี,”ใน<u>เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่องสุพรรณบุรี : ประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรม</u> (กรุงเทพฯ : สถาบันไทยศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับจังหวัดสุพรรณบุรี, 2530), 2.



ภาพที่ 2 ภาพถ่ายทางอากาศและภาพลายเส้น แสดงลักษณะของเมืองโบราณอู่ทอง

ที่มา : กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี, โบราณสถานคอกช้างดิน (กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2545), 125.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันลิขสิทธิ์

ประวัติการค้นพบเมืองโบราณอู่ทอง

การค้นพบเมืองโบราณอู่ทองจากรายงานการเสด็จตรวจราชการเมืองสุพรรณบุรี ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ ร.ศ.122 (พ.ศ. 2446) โดยในรายงานสรุปความได้ดังนี้ สมเด็จฯกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสด็จไปทอดพระเนตรเมืองโบราณ ซึ่งชาวบ้านเรียกว่าเมืองท้าวอู่ทอง เมืองโบราณแห่งนี้อยู่ในแขวงสุพรรณบุรี ทางตะวันตกเฉียงใต้ใกล้กับเทือกเขาซึ่งเป็นเขตแดนเมืองสุพรรณบุรีต่อกับเมืองกาญจนบุรี และมีลำน้ำเก่า เรียกว่า ลำน้ำจระเข้สามพันผ่านหน้าเมืองโบราณแห่งนี้ โดยมีเรื่องเล่าสืบต่อกันมาแต่โบราณว่า ท้าวอู่ทองได้ครอบครองเมืองนี้มา จนครั้งหนึ่งเกิดโรคไข้ห่า ทำให้ราษฎรล้มตายจำนวนมาก ท้าวอู่ทองจึงอพยพผู้คนหนีโรคห่าข้ามลำแม่น้ำสุพรรณไปทางฝั่งตะวันออก จึงได้พ้นโรคห่า ยังมีท่าริมแม่น้ำสุพรรณ เรียกว่า ท่าท้าวอู่ทองอยู่จนถึงทุกวันนี้ ในการเสด็จตรวจเมืองของสมเด็จฯกรมพระยาดำรงราชานุภาพ ครั้งนี้ได้ขุดพบพระพุทธรูปและเงินตรา ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับที่พบที่นครปฐมจึงสันนิษฐานว่า เมืองนี้น่าจะเป็นเมืองในสมัยเดียวกับเมืองโบราณที่พระปฐมเจดีย์ (กรมศิลปากร 2509ก : 27 - 32)

นอกจากนี้ ตามรายงานในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 30 วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2456 หน้า 2844 – 2886 เรื่องระยะทางเสด็จพระราชดำเนินไปทรงนมัสการพระเจดีย์ที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชมีชัยชนะยุทธหัตถี ได้มีการบันทึกเรื่องราวที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประทับแรมเมืองอู่ทอง และทรงบวงสรวงอดีตมหาราช ณ วันเสาร์ที่ 24 มกราคม (พ.ศ. 2456) โดยเสด็จจากดอนมะขาม ถึงที่ประทับร้อนบ้านจระเข้สามพัน ซึ่งเป็นตำบลที่เคยเป็นที่รบพุ่งครั้งศึกหงสาวดี และเสด็จประทับแรมที่เมืองอู่ทอง ในการแผ้วถางและปลูกที่ประทับรับเสด็จคราวนี้ ได้ขุดพบของโบราณหลายอย่าง เช่น แหวนตราสำหรับทำพิธี และเครื่องศิลาอีกหลายอย่าง ซึ่งเมืองอู่ทองนี้ ตรงกับที่เรียกว่า เมืองสุพรรณภูมิ ในศิลาจารึกของพระเจ้าขุนรามคำแหง ต่อจากนั้น วันอาทิตย์ที่ 25 มกราคม ทรงโปรดเกล้าฯ ให้พักกระบวนเสด็จอยู่ที่เมืองอู่ทอง ทรงบวงสรวงอดีตมหาราช ณ ที่นั่น และเสด็จไปนมัสการพระเจดีย์ที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงชนะยุทธหัตถีด้วย (กรมศิลปากร 2509ก : 1 - 2)

ดังนั้น การค้นพบเมืองโบราณอู่ทองแห่งนี้ก็เนื่องด้วยพระอุตสาหะของสมเด็จฯกรมพระยาดำรงราชานุภาพ ซึ่งเสด็จประพาสเมืองนี้เป็นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2446 การที่พระองค์ได้ทรงค้นพบเมืองโบราณอู่ทอง และได้ทรงเล่าบันทึกไว้ในหนังสือนิทานโบราณคดีว่าด้วย “เรื่องเมืองอู่ทอง” ซึ่งเป็นเพียงแต่พระนิพนธ์ที่บรรยายสภาพเมืองในครั้งอดีต ทิ้งไว้สำหรับผู้มาเยือนเมืองอู่ทองในปัจจุบันวาดภาพตามพระนิพนธ์ไปอีกชั่วกาลนาน

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภูมิศาสตร์และธรณีวิทยาเมืองโบราณอู่ทอง

เมืองโบราณอู่ทอง ตั้งอยู่ในเขตอำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดสำคัญในภาคกลางของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

ตราประจำจังหวัดสุพรรณบุรี : ภาพยุทธหัตถี

ภาพยุทธหัตถี ระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชกับพระมหาอุปราชาแห่งพม่าซึ่งเป็นศึกครั้งสำคัญ ในปี พ.ศ. 2135 ซึ่งเชื่อกันว่า บริเวณที่กระทำยุทธหัตถีนี้อยู่ในท้องที่อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลของการทำสงครามครั้งนี้ทำให้ไทยได้รับอิสรภาพ และเผยแพร่เกียรติคุณของพระมหากษัตริย์ไทยให้ขจรขจายออกไปนอกประเทศ

ความหมายของชื่อ : เมืองทอง

ชื่อเดิม : เมืองพันธุมบุรี (กรมศิลปากร 2533 : 122)

จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกของประเทศไทยในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 องศา 40 ลิปดา ถึง 15 องศา 15 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นแวง ที่ 98 องศา 17 ลิปดา ถึง 100 องศา 16 ลิปดาตะวันออก มีพื้นที่ทั้งหมด 5,349.082 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,343,000.7 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลาง 3 – 10 เมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้ (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ก : 15 – 18)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดอุทัยธานี และ ชัยนาท
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดสิงห์บุรี อ่างทอง และ พระนครศรีอยุธยา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดกาญจนบุรี

ลักษณะสภาพภูมิประเทศของสุพรรณบุรี สามารถแบ่งออกเป็น 2 เขตคือ

1. บริเวณเทือกเขาสูง และพื้นที่ลอนลาดสลับลอนชัน (Mountainous and undulating plain) เริ่มตั้งแต่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภออู่ทอง ทอดยาวขึ้นไปทางทิศเหนือขนานกับเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี มีความลาดเท 2 – 8 เปอร์เซ็นต์ ลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับเชิงเขา ส่วนทางด้านทิศตะวันตกของอำเภอด่านช้าง มีสภาพเป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับซับซ้อนจนถึงเทือกเขาสูงชัน เป็นแนวเขาที่ติดกับเขตเทือเขาตะนาวศรี มียอดเขาสูงคือ เขาเทวดามีความสูงประมาณ 1,223 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง รองลงมาเป็นเขาพุเตย สูงประมาณ 763 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง ถัดจากเทือกเขาเป็นที่ราบหุบเขา มาทางตะวันออกจะเป็นแนวลูกคลื่นลอนชันถึงเนินเขาแล้วค่อย ๆ ลาดเทลงมาทางทิศตะวันออกจนถึงแม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำท่าจีน

2. บริเวณที่ราบลุ่ม (Plain) เป็นพื้นที่อยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัด ตลอดแนวริมแม่น้ำสุพรรณบุรีทั้ง 2 ฝั่งตั้งแต่เหนือจรดใต้ มีความลาดชันระหว่าง 0 – 3 เปอร์เซ็นต์ และอยู่สูงกว่า

ระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ยประมาณ 3 เมตร ส่วนทางทิศเหนือของจังหวัดอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ยประมาณ 10 เมตร ครอบคลุมพื้นที่ของอำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอสามชุก อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง และบางส่วนของอำเภออู่ทอง

ลักษณะธรณีสัณฐาน

ประกอบด้วยสันเขาหรือลักษณะสันเขา หรือแนวสันเขาที่เกิดจากการคดโค้งแบบกระทะคว่ำ - หงาย และแนวยุบตัวของหินโครงสร้างที่มีพื้นที่มากที่สุด พบทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด และ ลักษณะสันเขาที่เกิดจากการโค้งงอไปทางเดียวกับหินโครงสร้าง พื้นที่ที่มีความสำคัญอีกลักษณะหนึ่งคือที่ราบตะกอนลำน้ำ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะด้วยกันคือ ตะกอนลำน้ำที่เกิดจากลำน้ำใหญ่ เช่น แม่น้ำท่าจีนจะนำเอาตะกอนมาทับถมบริเวณที่ราบทางด้านตะวันออกของจังหวัด และเนินตะกอนรูปพัดซึ่งมักเกิดจากลำน้ำสายที่ไม่ใหญ่นัก เช่น ลำน้ำกระเสียว และลำน้ำเล็ก ๆ ที่กระจายอยู่โดยทั่วไป ลำน้ำเหล่านี้จะไหลจากแนวเทือกเขาทางด้านตะวันตกของจังหวัด สู่แม่น้ำท่าจีนทางด้านตะวันออก พื้นที่ส่วนใหญ่ของตะกอนลำน้ำรูปพัดนี้จึงมักอยู่ทางด้านทิศตะวันตกของจังหวัด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญ จังหวัดสุพรรณบุรีมีแม่น้ำสายสำคัญอยู่ 3 สายคือ

1. แม่น้ำท่าจีน หรือ แม่น้ำสุพรรณบุรี แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งขวาที่ตำบลมะขามเฒ่า มีความยาวทั้งสิ้นประมาณ 115 กิโลเมตร แม่น้ำสายนี้มีโบราณสถาน และแหล่งโบราณคดีกระจายตัวอยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำเกือบตลอดแนว

2. แม่น้ำจระเข้สามพัน เกิดจากการแยกตัวของแม่น้ำสุพรรณบุรีที่อำเภอสามชุก (ปัจจุบันชาวบ้านเรียกกันว่าแม่น้ำด้วน) และลำน้ำสายต่าง ๆ ที่ไหลจากทางตะวันตกของจังหวัดไหลมารวมกัน แม่น้ำสายนี้ช่วงที่ผ่านอำเภอดอนเจดีย์ เรียกลำน้ำท่าคอย ช่วงที่ไหลผ่านท่าเสด็จเรียกคลองท่าว้า แตกสาขาที่อำเภออู่ทอง เรียกคลองนาลาว และต่อเนื่องไปยังจังหวัดกาญจนบุรีเรียกแม่น้ำจระเข้สามพัน ไหลลงมาทางใต้เข้าเขตอำเภอบางเลนบรรจบกับแม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำนครชัยศรี

3. ลำน้ำกระเสียวหรือห้วยกระเสียว เกิดจากลำน้ำสายต่าง ๆ ที่ไหลจากตอนใต้ของอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เขาพุระกำและเขาพระทุงดินตอนใต้ ไหลลงมารวมกันทางด้านตะวันตกของอำเภอด่านช้างกลายเป็นลำห้วยกระเสียว

อำเภออู่ทองและเมืองโบราณอู่ทอง

อำเภออู่ทองตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัดสุพรรณบุรี สภาพภูมิประเทศเป็นที่ดอนมีภูเขาเล็ก ๆ และป่าไม้ มีที่ราบกระจายอยู่ทั่วไป ลำน้ำจระเข้สามพันเป็นลำน้ำที่มีความสำคัญที่สุด บริเวณต้นน้ำมีร่องรอยว่าน่าจะเป็นลำน้ำที่ต่อเนื่องมาจากห้วยรางกอก

เมืองโบราณอู่ทองตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกของอำเภออู่ทอง ในพื้นที่ตำบลอู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ละติจูดที่ 14 องศา 22 ลิปดา 10 พิลิปดาเหนือ และ ลองจิจูดที่ 99 องศา 53 ลิปดา 32 พิลิปดาตะวันออก

จากการศึกษาภาพถ่ายทางอากาศ พบว่า เมืองโบราณแห่งนี้เป็นเมืองที่มีคูน้ำและคันดินล้อมรอบ ตัวเมืองตั้งอยู่ที่ราบเชิงเขา ทางด้านทิศตะวันออกของเมืองมีลำน้ำจระเข้สามพันไหลผ่าน ด้านทิศตะวันตกของเมืองเป็นทิวเขายาวในแนวเหนือ – ใต้ ด้านตะวันออกของเมืองเป็นที่ราบเกิดจากการทับถมของตะกอนแม่น้ำ ลักษณะพื้นที่มีความลาดเอียงจากทิศตะวันตกที่เป็นเทือกเขาสูงมาสู่แม่น้ำจระเข้สามพัน และแม่น้ำท่าจีนทางทิศตะวันออก

จากรายงานเสด็จตรวจราชการเมืองสุพรรณบุรีของสมเด็จกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2446 (ร.ศ.122) ทำให้ทราบว่าเมืองโบราณอู่ทองในอดีตปรากฏแนวป้อมก่อด้วยศิลาแลง แต่ปัจจุบันถูกปรับเป็นถนนหมดแล้ว ด้านตะวันออกของเมือง คือบริเวณหน้าที่ว่าการอำเภออู่ทอง และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ซึ่งแต่เดิมเป็นแนวป้อมปราการภายหลังถูกรื้อทำลายออกไปเพื่อสร้างถนนมาลัยแมน คูน้ำและกำแพงเมืองปัจจุบันถูกรื้อทำลายบุกรุกถมที่ดินจนตื้นเขินขาดหายไปเป็นช่วง ๆ ในตัวเมืองและบริเวณใกล้เคียงโดยรอบปรากฏร่องรอยของซากโบราณสถานกระจายอยู่ทั่วไปถึง 14 แห่ง แต่ได้ถูกลักลอบขุดรื้อทำลายเพื่อหาโบราณวัตถุ จนไม่สามารถทราบสภาพที่สมบูรณ์ได้ จึงปรากฏเพียงส่วนฐานเท่านั้น ที่ตั้งของเมืองโบราณเมืองอู่ทองสันนิษฐานว่า ตั้งอยู่บนชายฝั่งทะเลเดิม พบแนวสันทรายเป็นช่วง ๆ ระดับน้ำทะเลในช่วงนั้นอยู่สูงกว่าปัจจุบันประมาณ 3.5 – 4 เมตร ลักษณะของอ่าวไทยเป็นอ่าวลึกเว้าเข้าไป จากที่ตั้งของเมือง อู่ทองในอดีต ทำให้เมืองโบราณอู่ทองเป็นเมืองท่าที่สำคัญแห่งหนึ่งบนเส้นทางคมนาคมการค้า ทั้งทางบกและทางน้ำ ในด้านตะวันตกของลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

พื้นที่ทางด้านตะวันออกของเมืองโบราณอู่ทองเป็นพื้นที่ลาดต่ำลงจนถึงแม่น้ำท่าจีนต่อเนื่องไปจนถึงบริเวณที่ราบลุ่มต่ำ จากการศึกษาภาพถ่ายทางอากาศแสดงให้เห็นแนวของแม่น้ำจระเข้สามพันไหลผ่านตัวเมืองอู่ทองไปทางเหนือแล้วอ้อมมาทางทิศตะวันออก และแสดงให้เห็นร่องรอยของคลองเก่าขุดยาวประมาณ 9 กิโลเมตร และพบรอยคลองอีก 2 แนวเชื่อมต่อจากแนวคลองแรกลงมาทางใต้จนถึงคลองบางบอน ทำให้เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงแนวชายฝั่งทะเลมีผลต่อการขุดคลองใหม่ลงมาทางใต้เพื่อเป็นเส้นทางออกสู่ทะเล และเมื่อชายฝั่งทะเลห่างออกไปมากคลองเหล่านี้จึงเลิกใช้ไปในที่สุด และการศึกษาการเชื่อมต่อของลำน้ำจระเข้สามพันและแนวคูคันดินที่บ้านดอนทองและบ้านจระเข้สามพัน คูคันดินปรากฏชัดเจนบนถนนมาลัยแมน ภาพถ่ายทางอากาศเป็นหลักฐานว่าแต่เดิมคลองจระเข้สามพันไหลผ่านเมืองอู่ทอง แต่ต่อมาทางน้ำได้เปลี่ยนทางเดินลงมาทางใต้จามแนวคลองหางตลาด การขุดคันดินคาดว่าคงจะทำขึ้นภายหลังที่แม่น้ำเปลี่ยนทางเดิน จะเห็นได้จากการมีคันดินรอบชุมชนแบบรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสแต่ละด้านมีขนาด 340 เมตร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

สร้างขึ้นทางด้านตะวันออก ซึ่งเป็นบริเวณรับน้ำได้จากคูคลองดังกล่าว จากปัญหาการเปลี่ยนทางเดินน้ำเป็นสาเหตุหนึ่งของการที่ศูนย์กลางการปกครองได้ย้ายไป ทำให้เมืองอู่ทองร่วงโรยไป

ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการพัฒนาการเมืองโบราณอู่ทอง

1. พื้นที่ตั้งมีความอุดมสมบูรณ์ ตั้งอยู่บนที่ราบเชิงเขา มีพื้นที่กว้างขวาง ทำให้การขยายตัวของชุมชนทำได้สะดวก พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมกับการเพาะปลูก ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนแม่น้ำ

2. ตั้งอยู่ใกล้ลำน้ำใหญ่ มีน้ำใช้ในการอุปโภคบริโภคได้ตลอดปี และยังเป็นเส้นทางคมนาคมติดต่อค้าขายที่สำคัญ

3. ตั้งอยู่ใกล้ชายฝั่งทะเล พ่อค้าต่างแดนเดินทางมาติดต่อค้าขายได้โดยสะดวก เป็นแหล่งชุมนุมสินค้าจากดินแดนทางตอนใน ซึ่งเป็นที่ต้องการของพ่อค้า

4. ตั้งอยู่บนเส้นทางการคมนาคมทางบกและทางน้ำที่สำคัญ เส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สำคัญคือ ลำน้ำจระเข้สามพัน ส่วนเส้นทางทางบกที่สำคัญคือ แนวคันดินโบราณที่เรียกกันว่าถนนท้าวอู่ทอง เชื่อมต่อระหว่างชุมชนโบราณในพื้นที่แถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก

5. ตั้งอยู่ในเส้นทางการค้าระหว่างตะวันตก(อินเดีย เปอร์เซีย อาหรับ)กับตะวันออก(จีน)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม ได้กล่าวถึง ความเป็นเมืองของเมืองโบราณอู่ทองไว้ว่า ประกอบด้วยศูนย์กลางที่เรียกว่า *เวียง* หรือ *ปุระ* ที่มีขนาดใหญ่ ภายในขอบเขตของคูและกำแพงเวียงนั้น มีการตั้งหลักแหล่งที่อยู่อาศัยของผู้คนมาหลายยุคหลายสมัยที่อาจมีมาก่อนการขุดคูน้ำและการสร้างกำแพงเวียง ซึ่งก็รวมทั้งบริเวณนอกเวียงที่เป็นปริมณฑลในรัศมี 8 – 10 กิโลเมตร ทำให้เห็นว่า การเกิดเวียงนั้นเกิดจากการเติบโตของชุมชนโดยตรง โดยการสร้างเวียงทับไปบนแหล่งที่มีคนอยู่อาศัยมาแต่เดิม โดยไม่ได้มีการเตรียมและวางแผนผังเป็นระบบ เวียงอู่ทองที่เกิดขึ้นจึงมีลักษณะที่ไม่มีรูปแบบสม่ำเสมอ ในลักษณะที่สัมพันธ์กับระบบจักรวาลในคติทางศาสนา ลักษณะเช่นนี้ คือสิ่งที่บ่งบอกของการเป็นเวียงและเป็นเมืองในระยะแรกเริ่มทางประวัติศาสตร์และสภาพแวดล้อม เมืองอู่ทองเป็นทั้งเมืองท่าและเป็นนครรัฐในระยะแรกเริ่มที่พัฒนาขึ้นในยุคเหล็กหรือสมัยสุวรรณภูมิ เพราะอยู่ในตำแหน่งที่เรือเดินทะเลโบราณแล่นเข้ามาตามทางน้ำใหญ่ และ เป็นบริเวณที่มีผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์และศาสนาเข้ามาตั้งถิ่นฐานหรือเข้ามาเกี่ยวข้อง การที่เป็นนครรัฐคือ การมีเวียงเป็นศูนย์กลางการปกครองและป้องกันข้าศึกในยามสงคราม มีแหล่งศาสนสถานขนาดใหญ่เพื่อการประกอบประเพณี – พิธีกรรมในระบบความเชื่อของกษัตริย์ และประชาชนทั้งภายนอกและภายใน รวมทั้งการมีขอบเขตปริมณฑลของเมืองที่สะท้อนให้เห็นถึง การมีชุมชนบ้านและเมืองขนาดเล็กเป็นบริวาร ที่มีเครือข่ายต่อเนื่องไปในอาณาบริเวณหนึ่งที่กว้างขวางในขอบเขตทางซีกตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา (ศรีศักร วัลลิโภดม 2549 : 86 - 87)

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของเมืองโบราณอู่ทอง ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดเขาดีสลัก โบราณสถานคอกช้างดิน และ โบราณสถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยมีหน่วยศิลปากรที่ 2 ฝ่ายควบคุมดูแลรักษา กองโบราณคดี ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการป้องกัน คุ้มครอง ดูแลรักษาและอนุรักษ์โบราณสถาน แหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ในเขตภาคกลาง 7 จังหวัด คือ สุพรรณบุรี , นครปฐม , สมุทรสงคราม , กาญจนบุรี , ราชบุรี , เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งโบราณสถานในเมืองอู่ทองที่ได้ขึ้นทะเบียนโบราณสถานในเขตหน่วยศิลปากรที่ 2 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ม.ป.ป. : 2 – 21)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ซอนลิเคชั่น

ภาพที่ 3 อาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

ที่มา : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, คู่มือนำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (สุพรรณบุรี : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, ม.ป.ป.), 2.

ที่ตั้ง ตั้งอยู่ริมคูเมืองโบราณอู่ทอง ใกล้กับที่ว่าการอำเภอ ถนนมาลัยแมน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี รหัสไปรษณีย์ 72160

เวลาทำการ : 9.00 – 16.00

เปิด : วันพุธ – วันอาทิตย์

ปิด : วันจันทร์ – อังคาร และ วันหยุดนักขัตฤกษ์

เบอร์โทรศัพท์-โทรสาร 035 – 551021

สิ่งสำคัญ โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่จัดแสดงในอาคารพิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นที่รวบรวมความเป็นมาและวิถีชีวิตของชนชาว “ลาวโซ่ง”

ประวัติสังเขป พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เริ่มจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2502 เพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุที่ได้จากการบูรณะเมืองโบราณอู่ทอง ต่อมากรมศิลปากรทำการสำรวจขุดแต่งโบราณสถานเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2504 พบโบราณวัตถุสมัยทวารวดีจำนวนมาก จึงได้สร้างอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ขึ้นเป็นการถาวร เพื่อเก็บรักษาและ จัดแสดงโบราณวัตถุที่ขุดได้ เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2509

ในปี พ.ศ. 2547 – 2548 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ได้รับงบประมาณปรับปรุงอาคารจัดแสดงใหม่ 1 หลัง เพื่อนำเสนอเรื่องราวของเมืองอู่ทองโบราณ และวัฒนธรรมทวารวดี

ลักษณะรูปแบบศิลปกรรม อาคารสมัยใหม่

ลักษณะการถือครองที่ดิน (หรือผู้ดูแล) กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง)

ลักษณะการใช้งานในปัจจุบัน เป็นสถานที่เก็บรักษาและ จัดแสดงโบราณวัตถุ

สภาพปัจจุบัน เป็นอาคารจัดแสดงโบราณศิลปวัตถุ เป็นอาคาร 2 ชั้น ปัจจุบันเปิดให้บริการ 1 หลัง เนื้อที่ประมาณ 25 ไร่

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การขึ้นทะเบียน ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 78 ตอนที่ 94 วันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2504 (กรมศิลปากร 2538 : 273 - 275)

ภาพที่ 4 เรือนลาวโซ่ง ในบริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

ที่มา : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, คู่มือนำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (สุพรรณบุรี : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, ม.ป.ป.), 2.

การจัดแสดง อาคารจัดแสดง 1 จัดแสดงนิทรรศการถาวรเกี่ยวกับเมืองอู่ทองโบราณ และวัฒนธรรมทวารวดี แสดงถึงพัฒนาการของพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง ตั้งแต่การอยู่อาศัยของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ กระทั่งพัฒนาเข้าสู่สังคมสมัยประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี **มีห้องจัดแสดง 2 ห้อง** ดังนี้

ห้องจัดแสดง 1 บรรพชนคนอู่ทอง (สมัยก่อนประวัติศาสตร์และการรับวัฒนธรรมจากภายนอก)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 5 ห้องจัดแสดง 1 ในอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

ที่มา : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, คู่มือนำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (สุพรรณบุรี : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, ม.ป.ป.), 4.

จัดแสดงเรื่องราวของพัฒนาการเมืองโบราณอู่ทอง เมืองโบราณแห่งนี้มีคนอยู่อาศัยมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ พบหลักฐานการอยู่อาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์แบบสังคมเกษตรกรรมยุคหินใหม่ต่อเนื่องถึงยุคโลหะ ประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว ต่อมาจึงมีการติดต่อสัมพันธ์กับต่างชาติในฐานะเมืองท่าค้าขาย เป็นศูนย์กลางการติดต่อค้าขายสำคัญของชุมชนโบราณในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะโบราณวัตถุค้นพบได้ แสดงถึงหลักฐานการติดต่อค้าขายกับประเทศสำคัญของโลกในเวลานั้น เช่น ลูกปัดชนิดต่างๆ ทำด้วยหินมีค่าที่นำเข้าจากประเทศอินเดีย เหรียญกษาปณ์โรมัน ปูนปั้นรูปพ่อค้าชาวเปอร์เซีย ฯลฯ ราวพุทธศตวรรษที่ 8 - 10 ประมาณ 1,600 – 1,800 ปีที่ผ่านมา พบหลักฐานโบราณคดีแสดงถึงการนับถือพุทธศาสนาในเมืองอู่ทอง โดยเฉพาะพุทธศาสนาแบบหินยานหรือเถรวาท ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางวัฒนธรรม

ของเมืองอู่ทองเข้าสู่วัฒนธรรมทวารวดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมยุคแรกสุดสมัยประวัติศาสตร์บนผืนแผ่นดินไทย

โบราณวัตถุสำคัญที่จัดแสดง ได้แก่ เครื่องประดับทองคำ ลูกปัดทองคำสมัยทวารวดี ลูกปัดหิน ลูกปัดแก้ว แผ่นดินเผาพระภิกษุอุ้มบาตรซึ่งถือเป็นโบราณวัตถุที่ได้รับอิทธิพลศิลปะอินเดีย ที่มีอายุเก่าที่สุดเท่าที่พบในประเทศไทย แผ่นดินเผารูปเทวดาเหาะ ตราประทับดินเผา จารึกดินเผา จารึกแผ่นทองแดง เหรียญกษาปณ์โรมัน เหรียญเงินมีจารึก เหรียญเงินรูปสังข์ พระพุทธรูปสำริด ฯลฯ

ห้องจัดแสดง 2 อู่ทองศรีทวารวดี (วัฒนธรรมทวารวดีที่เมืองโบราณอู่ทอง)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 6 ห้องจัดแสดง 2 ในอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง
ที่มา : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, คู่มือนำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (สุพรรณบุรี : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, ม.ป.ป.), 5.

จัดแสดงเรื่องราวและความสำคัญของเมืองโบราอู่ทองในฐานะเมืองสมัยประวัติศาสตร์ยุคแรกในประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการค้าและศูนย์กลางพระพุทธศาสนาก่อนการแพร่กระจายความเจริญไปสู่ชุมชนโบราณร่วมสมัยอื่น ๆ

โบราณวัตถุสำคัญที่จัดแสดง ได้แก่ ธรรมจักรศิลา พระพุทธรูปสำริด พระพุทธรูปดินเผา พระพิมพ์ดินเผา ประติมากรรมดินเผา ลูกปัด เครื่องประดับ เครื่องมือเครื่องใช้ ชิ้นส่วนสถาปัตยกรรม ลวดลายปูนปั้น ฯลฯ ศิลปะทวารวดีโดยเฉพาะธรรมจักรพร้อมแท่นและเสาตั้งนั้นถือเป็นโบราณวัตถุชิ้นเยี่ยมที่พบสมบูรณ์เพียงชิ้นเดียวในประเทศไทย

รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 2543 : 27 - 45)

วัดเขาดีสลักตั้งอยู่ที่เขาดีสลัก พื้นที่หมู่ 5 ตำบลดอนคา อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ห่างจากตัวเมืองอู่ทองไปทิศตะวันตกประมาณ 12 กิโลเมตร บนยอดเขามีรอยพระพุทธบาทเดี่ยว สลักบนแผ่นหินทรายแดงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีขนาดกว้างประมาณ 66 เซนติเมตร ยาวประมาณ 142 เซนติเมตร

การค้นพบรอยพระพุทธบาทเขาดีสลัก เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2534 และได้มีการพิสูจน์จากนักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ศิลปะโบราณคดี สรุปว่าเป็นรอยพระพุทธบาทที่มีอายุเก่าแก่จริง มีอายุการสร้างอยู่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 16 – 19

ลักษณะของรอยพระพุทธบาทองค์นี้ เป็นรอยพระพุทธบาทที่สลักเป็นรูปนูนต่ำ ทำเป็นลายกลีบบัวโดยรอบพระบาท ปลายนิ้วพระบาทยาวไม่เสมอกัน ข้อนิ้วพระบาทมีจำนวนเพียง 2 ข้อ โดยข้อนิ้วพระบาทแรกทำลายขมวดเป็นรูปก้นหอย ตามคัมภีร์มหาบุรุษลักษณะหรือมหาปริสลักขณะ ข้อนิ้วที่ 2 ทำเป็นลายก้านขดหรือใบไม้ม้วนที่มีลักษณะคล้ายกับลวดลายพันธุ์พฤกษาซึ่งนิยมในศิลปะแบบทวารวดี บริเวณฝ่าพระบาททำเป็นรูปธรรมจักรขนาดเล็กมีกงล้อธรรมจักรจำนวน 16 ซี่ อยู่กลางฝ่าเท้าและรายล้อมด้วยภาพสลักรูปมงคล 108 ประการอยู่ในกรอบวงกลม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งวนลิขสิทธิ์

ดังนั้นทางจังหวัดสุพรรณบุรีร่วมกับกรมศิลปากร ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงวัดเขาดีสลักขึ้น เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 และเสร็จในปี พ.ศ. 2542 โดยการดำเนินงานประกอบด้วย การจัดสร้างมณฑปครอบรอยพระพุทธบาท การออกแบบอาศัยต้นแบบจากพระมณฑปในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร โดยเป็นอาคารทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตั้งอยู่บนฐานบัว มีบันไดขึ้นทั้ง 4 ด้าน บุด้วยหินแกรนิต บนฐานมีเสาเรียงย่อมุมไม้สิบสองโดยรอบมณฑป ที่โคนเสาและปลายเสาทำเป็นบัวด้วยหินอ่อนประดับ ตรงกลางมณฑปด้านในสร้างแท่นฐานรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 1.65 เมตร ยาว 2.45 เมตร สูง 0.85 เมตร สำหรับประดิษฐานรอยพระพุทธบาท

นอกจากนี้ยังมีการจัดสร้างวิหารประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลองตั้งอยู่ด้านหน้ามณฑป การสร้างกำแพงแก้วรอบวิหารและมณฑป การขุดแต่งบูรณะโบราณสถานเจดีย์ยอดเขาดีสลัก การจัดสร้างระฆังเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา และมีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบ เช่น บริเวณลานจอดรถ ศาลาพักผ่อน ห้องน้ำ ทางเดินธรรมชาติ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 7 มณฑปประดิษฐานรอยพระพุทธบาท และวิหารบนยอดเขาดีสลัก

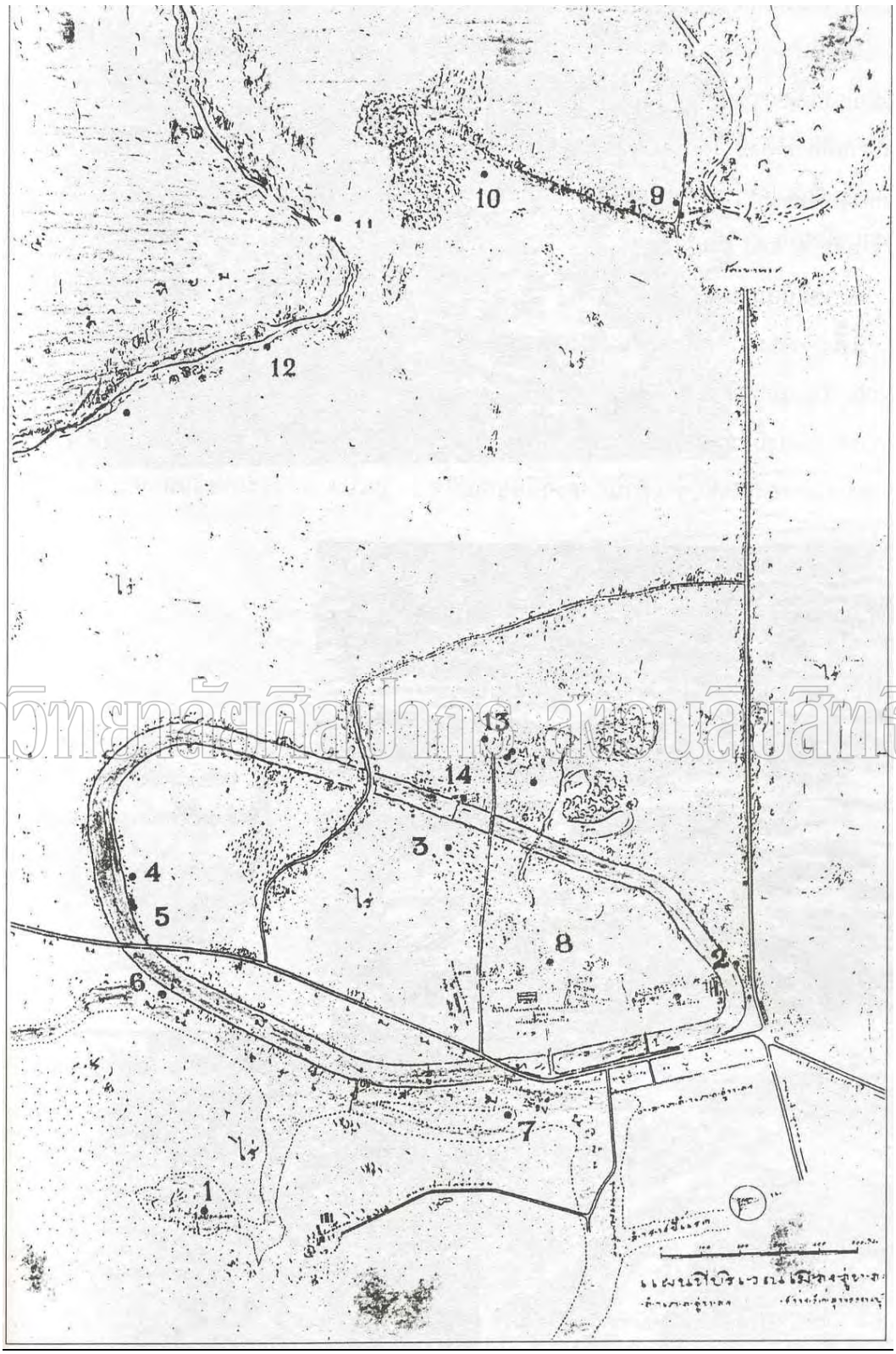
ที่มา : กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, ที่ระลึกในวโรกาส สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพิธียกพุ่มข้าวบิณฑ์ยอดพระมณฑป และสมโภชรอยพระพุทธบาท วัดเขาดีสลัก จังหวัดสุพรรณบุรี 4 กันยายน 2543 (กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2543), 1.

ภาพที่ 8 รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่มา : กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, ที่ระลึกในวโรกาส สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพิธียกพุ่มข้าวบิณฑ์ยอดพระมณฑป และสมโภชรอยพระพุทธบาท วัดเขาดีสลัก จังหวัดสุพรรณบุรี 4 กันยายน 2543 (กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2543), 28.

มหาวิทยาลัยศิลปากรลิขสิทธิ์

โบราณสถานที่สำคัญของเมืองโบราณอู่ทอง

ในบริเวณเมืองโบราณอู่ทองได้มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีจำนวนมาก ซึ่งได้มีการขุดค้นขุดแต่งทางโบราณคดีแล้ว และเพื่อความสะดวกในการเรียกจึงได้มีการจำแนกเป็นหมายเลขต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ก : 33 – 38)



มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ภาพที่ 9 แผนที่เมืองโบราณอู่ทองแสดงตำแหน่งที่ตั้งโบราณสถาน

ที่มา : กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี, โบราณสถานคอกช้างดิน (กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2545), 125.

โบราณสถานหมายเลข 1 (วัดปราสาท(ร้าง))

ที่ตั้ง อยู่นอกคูเมืองทิศตะวันออกริมน้ำจระเข้สามพันห่างจากคูเมืองประมาณ 500 เมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินโบราณสถานขนาดใหญ่ ความกว้างในแนวเหนือ – ใต้45.50 เมตร ความยาวในแนวตะวันออก – ตะวันตก 53 เมตร สูง 9 เมตร โดยรอบเนินเป็นที่ลุ่มน้ำขังตลอดปี ทางทิศตะวันออกมีสระกว้างพอประมาณ ทางทิศตะวันตกมีซากของอิฐ เข้าใจว่าเป็นซากเจดีย์อาจมีเจดีย์ตั้งอยู่ประจำทิศทั้ง 4 ยังเห็นร่องรอยบางส่วน เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ถูกเกลื่อนทำไร่จนราบ

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการในช่วงระยะปี พ.ศ. 2507 – 2509

การบูรณะ กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ. 2509

ลักษณะโบราณสถาน เป็นโบราณสถานที่มีการก่อสร้างทับซ้อนหลายสมัย กล่าวคือใน**ชั้นล่างเป็นโบราณสถานสมัยทวารวดี รูปร่างสี่เหลี่ยมจตุรัส** ก่อด้วยอิฐขนาดความกว้าง – ยาว ประมาณ 36.50 เมตร ส่วนใน**ชั้นบนเป็นโบราณสถานสมัยอยุธยาตอนกลางลงมาเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า** ก่อเป็นฐานสามชั้นซ้อนลดหลั่นกันไป โดยในชั้นล่างสุดมีขนาดความกว้าง – ยาว ประมาณ 21 เมตร และ 30.50 เมตร ตามลำดับ แนวฐานในสมัยที่สองนี้ ทับซ้อนแนวฐานสมัยแรก โดยวางแนวทิศเหลื่อมกันไม่ได้ทับซ้อนสนิทตามแนวเดียวกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ศักยภาพ โดยปัจจุบันตัวโบราณสถานอยู่ในสภาพสมบูรณ์ สภาพแวดล้อมทั่วไปก็อยู่ในเกณฑ์ดี โบราณสถานแห่งนี้ **ศจ.ช็อง บวสเซอร์ลิเยร์ ระบุว่ามีความสำคัญมากเพราะเป็นโบราณสถานสมัยทวารวดีแห่งแรก และอาจเป็นแห่งเดียวที่พบร่องรอยการก่อสร้างทับซ้อนเพิ่มเติมในสมัยอยุธยา**

ภาพที่ 10 เจดีย์หมายเลข 1 ขณะทำการขุดแต่ง

ภาพที่ 11 เจดีย์หมายเลข 1 หลังการขุดแต่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 12 เจดีย์หมายเลข 1 สภาพในปัจจุบัน

โบราณสถานหมายเลข 2

ที่ตั้ง อยู่ติดกับแนวคูเมืองด้านทิศเหนือตรงบริเวณนอกเมือง

สภาพทั่วไป เป็นเนินสูงประมาณ 8 เมตร กว้างด้านละ 40 เมตร กลางเนินถูกลักลอบขุดเป็นหลุมใหญ่ จนถึงระดับพื้นดินเดิม มีต้นไม้ขึ้นรกรุงรังทั่วทั้งเนิน

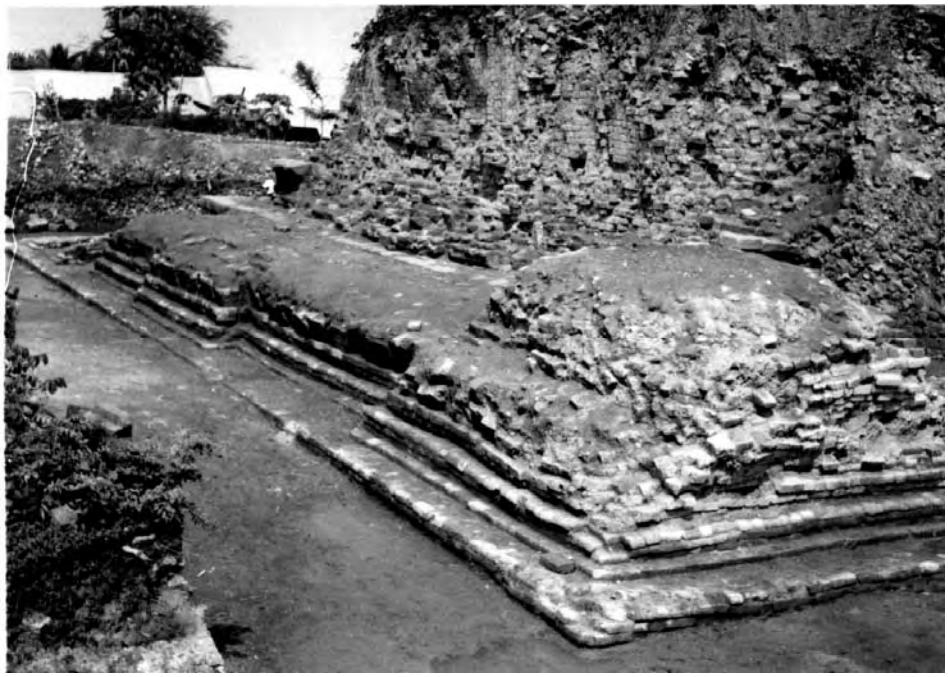
การบูรณะ กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ. 2506

ลักษณะโบราณสถาน ฐานล่างเป็นฐานสี่เหลี่ยมจตุรัส ยาวด้านละ 28.35 เมตร สูงประมาณ 1 เมตร ลักษณะเป็นฐาน**ก่ออิฐย่อมุมทั้ง 4 ด้าน มีเจดีย์ทิศรูปสี่เหลี่ยมจตุรัสอยู่ที่มุมทั้ง 4** ตรงกลางฐานล่างเจดีย์ซึ่งตั้งอยู่บนฐานที่มีเนื้อที่ขยายออกมา จากองค์เจดีย์เป็นชานกว้าง 4 เมตร สำหรับประทักษิณโดยรอบทั้ง 4 ด้าน องค์เจดีย์แต่ละด้านก่อด้วยอิฐผสมแลง แต่ละด้านทำเป็นมุข 3 มุข มุขกลางกว้าง 5.5 เมตร มุขริมกว้างมุขละ 5.65 เมตร โดยก่อเป็นบัวเหนือฐานบัวก่อเป็นช่องซุ้ม คือมุขกลาง 3 ซุ้ม มุขริมข้างละ 6 ซุ้ม **ส่วนเจดีย์ที่ยังหลงเหลือร่องรอยให้เห็นคือมุมด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้เพียงองค์เดียว** อีก 3 องค์ คงจะเป็นเพราะถูกเจดีย์องค์ใหญ่หักโค่นลงมาทำให้พังทลายไป ลักษณะเจดีย์ทิศ ยาวด้านละ 4.20 เมตร สูง 40 เซนติเมตร บริเวณมุมชานทักษิณด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นที่ตั้งของเจดีย์ทิศได้พังทลายลงมาก จึงได้ทำการขุดส่วนที่พังออกทำให้พบว่า ฐานชั้นในก่อด้วยศิลาแลงรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส และก่อหุ้มภายนอกโดยรอบ ทำให้เป็นช่องซุ้มสี่เหลี่ยม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

โบราณวัตถุที่พบ ทิศตะวันออกพบธรรมจักรศิลา เหลือเพียงครึ่งซีก พบบนมุขกลางด้านตะวันออกห่างจากริมชาน 4 เมตร ลักษณะลวดลายบนวงล้อคล้ายคลึงกับธรรมจักรที่พบที่โบราณสถานหมายเลข 11 แต่ต่างกันที่ช่องว่างระหว่างทำเป็นช่องทึบ แต่ที่โบราณสถานหมายเลข 11 จำหลักโปร่ง นอกจากนี้ยัง**พบพระพิมพ์ดินเผาประทับยืนอยู่ในวงโค้ง** ขนาดสูง 16 เซนติเมตร **พระพุทธรูปยืนพระหัตถ์ทั้งสองทำสัญลักษณ์ทรงสั่งสอน ศิลาเขียวจำหลักนูนต่ำ** รอบองค์จำหลักเป็นเปลว โดยรอบเศียรหายไป **ทิศเหนือพบกินรีดินเผานูนต่ำ** และเศษชิ้นส่วนองค์พระพุทธรูปสำริดปางสมาธิ ทิศตะวันตกพบเศียรพระพุทธรูปทองคำ ขนาดสูง 5 เซนติเมตร **บนชานเจดีย์ด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือและพบพระพุทธบาททองคำ** ยาว 3.5 เซนติเมตร บริเวณมุขกลางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ยังพบเศียรพระพุทธรูปปั้นทางด้านนี้อีกด้วย

ศักยภาพ โดยตัวโบราณสถานมีสภาพสมบูรณ์แต่สภาพแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เพราะมีการรุกล้ำโบราณสถาน ทั้งยังมีน้ำเน่าขังและทิ้งขยะในบริเวณนี้ด้วย



ภาพที่ 13 เจดีย์หมายเลข 2 ด้านทิศใต้หลังการขุดแต่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 14 เจดีย์หมายเลข 2 ด้านทิศตะวันตกหลังการขุดแต่ง

ภาพที่ 15 เจดีย์หมายเลข 2 สภาพในปัจจุบัน

โบราณสถานหมายเลข 3

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ที่ตั้ง อยู่ทางด้านตะวันตกของตัวเมืองห่างลำคูเข้ามาประมาณ 50 เมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินสูงประมาณ 5 เมตร กว้างด้านละ 20 เมตร ปกคลุมไปด้วยต้นไม้

การขุดแต่ง ดร. ควอริทซ์ เวลส์ ได้เคยขุดตรวจโดยขุดผ่าตรงกลางเนินโบราณสถานจากด้านทิศตะวันออกไปทิศตะวันตก เมื่อ พ.ศ. 2478 แต่ไม่สำเร็จเรียบร้อยก็ยกเลิกการขุดเสียกลางคัน ต่อมากรมศิลปากรดำเนินการขุดแต่ง เมื่อ พ.ศ. 2506

ลักษณะโบราณสถาน เป็นฐานสี่เหลี่ยมจตุรัสเข้าใจว่าเป็นฐานเจดีย์ กว้างด้านละ 16.60 เมตร ประกอบด้วยมุขยื่น 3 มุข กว้างมุขละ 3.60 เมตร ความสูงรวมทั้งดินที่ปกคลุมตอนบนประมาณ 3.4 เมตร บนฐานแต่ละด้านประกอบด้วยพระพุทธรูปและเทวรูปประทับนั่งอยู่ภายในซุ้ม จะเห็นได้ชัดเจนเพียง 2 ด้าน คือ ด้านเหนือและด้านใต้ ห่างจากฐานทางด้านทิศเหนือประมาณ 2 เมตร พบฐานก่ออิฐรูปสี่เหลี่ยมเข้าใจว่าเป็นแท่นสำหรับตั้งเครื่องสักการะ

โบราณวัตถุที่พบ พบเศียรพระพุทธรูปกับเทวรูปปูนปั้น และเศษชิ้นส่วนขององค์พระพุทธรูปเป็นจำนวนมาก และ**โบราณวัตถุสำคัญที่พบคือ พระพุทธรูปยืน ทำด้วยสำริด 3 องค์** ขนาดสูง 55 , 53 และ 50 เซนติเมตร **พบบริเวณฐานชั้นล่างด้านทิศตะวันออก** บริเวณมุขกลาง นอกจากนี้ยังพบ**ภาพจำหลักรูปคนเหาะดินเผา , ลักษณะการเหาะพริ้วและสวยงาม พบเทวรูปยืนหน้ายักษ์ปูนปั้น ทางด้านตะวันออก และหน้ากาฬดินเผาทางด้านเหนือ**

ศักยภาพ โดยมีสภาพตัวโบราณสถานและสภาพแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์ดี

ภาพที่ 16 เจดีย์หมายเลข 3 ขณะทำการขุดแต่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 17 เจดีย์หมายเลข 3 หลังการขุดแต่ง

โบราณสถานหมายเลข 5

ที่ตั้ง อยู่ริมดูเมืองทางด้านทิศใต้ ห่างจากถนนมาลัยแมน ประมาณ 150 เมตร

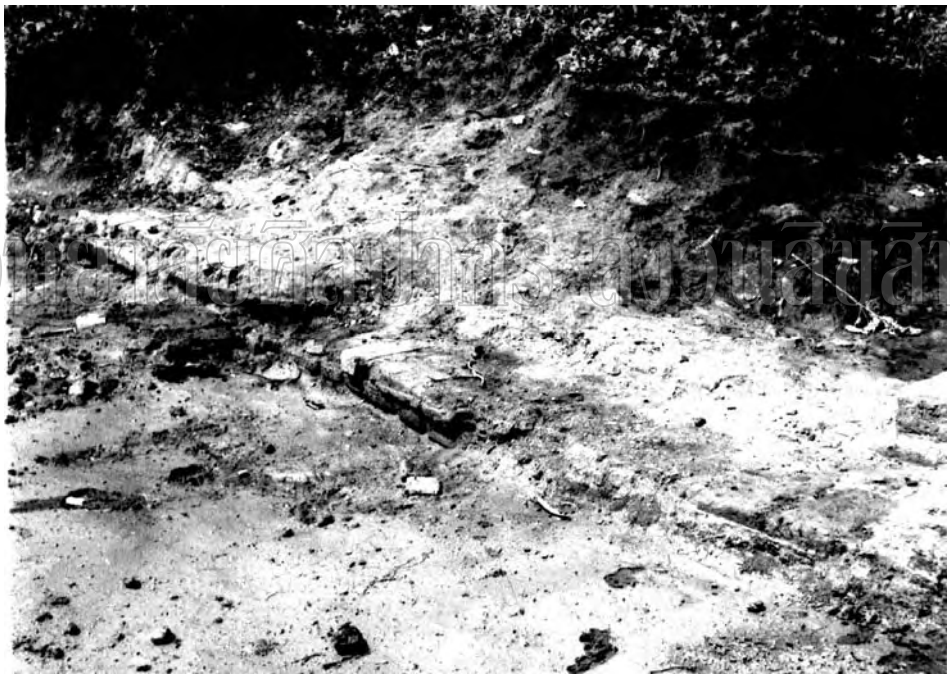
สภาพทั่วไป เป็นเนินยาวประมาณ 30 เมตร ชาวบ้านได้ใช้เป็นที่ปลูกข้าวโพดบนเนิน

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506

ลักษณะโบราณสถาน เป็นฐานรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า เข้าใจว่าเป็นวิหาร มีความกว้าง 5 เมตร ยาว 28 เมตร ทางทิศตะวันออกเป็นชานสำหรับบันไดขึ้นสู่วิหารมีร่องรอยเป็นรูปอัฒจันทร์

โบราณวัตถุที่พบ พบพระพุทธรูปดินเผาปางสมาธิ ทำเป็นภาพนูนต่ำ และเศษชิ้นส่วนในลักษณะเดียวกันอีกหลายชิ้น

ศักยภาพ มีสภาพหลงเหลือร่องรอยเพียงเล็กน้อย เห็นเป็นเพียงแนวฐานเตี้ย ๆ



มหาวิทยาลัยศิลปากร ลพบุรีสิทธิ์

ภาพที่ 18 เจดีย์หมายเลข 5 หลังการขุดแต่ง

โบราณสถานหมายเลข 9

ที่ตั้ง อยู่เชิงเขาพระ บริเวณวัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม ห่างจากเมืองอู่ทองไปทางทิศตะวันตกประมาณ 3 กิโลเมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินสูง 2 เมตร กว้างด้านละ 15 เมตร

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506 โดยลอกดินปกคลุมฐานทั้ง 4 ด้านออก ต่อมาเมื่อเดือนกรกฎาคม 2507 ศจ.ช็อง บวสเซอร์ลิเยร์ ศาสตราจารย์ทางโบราณคดี จากมหาวิทยาลัยปารีส ซึ่งกรมศิลปากรได้เชิญเข้ามาให้คำแนะนำในกรมศิลปากรดำเนินการขุดแต่งลอกดินตอนบนออกจนเห็นเป็นรูปลักษณ์ชัดเจน

การบูรณะ ในพ.ศ. 2507 เมื่อขุดแต่งลอกดินตอนบนออกแล้ว กรมศิลปากรได้ดำเนินการซ่อมฐานตอนบนและฐานด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ให้อยู่ในสภาพมั่นคง และต่อมาได้ดำเนินการซ่อมฐานชั้นล่างโดยรอบจนแล้วเสร็จ

ลักษณะโบราณสถาน เป็นฐานรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ยาวด้านละ 10 เมตร ฐานตอนบนก่ออิฐย่อมุมเป็นมุข และมีช่องซุ้มประดับเป็นระดับช่อง ๆ เห็นได้ชัดเจน ทางด้านทิศใต้ยังมีเจดีย์กลมตั้งอยู่บนมุมฐานทั้ง 4 ทิศ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 50 เซนติเมตร

โบราณวัตถุที่พบ พบพระพิมพ์ดินเผาประทับยืนภายในซุ้ม 2 องค์

ศักยภาพ ปัจจุบันอยู่ในบริเวณวัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 19 เจดีย์หมายเลข 9 ด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ก่อนการขุดแต่ง

ภาพที่ 20 เจดีย์หมายเลข 9 ขณะทำการขุดแต่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 21 เจดีย์หมายเลข 9 หลังขุดแต่งและบูรณะ

โบราณสถานหมายเลข 10

ที่ตั้ง อยู่เชิงเขาทำเทียม(คำเทียม) ถัดจากโบราณสถานหมายเลข 9 ไปทางทิศใต้ประมาณ 500 เมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินปกคลุมไปด้วยต้นไม้ และมีร่องรอยการลักลอบขุดทั่วทั้งบริเวณ

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506

การบูรณะ กรมศิลปากรดำเนินการแล้วเมื่อ พ.ศ. 2514

ลักษณะโบราณสถาน เป็นเจดีย์ทรงกลมเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 16 เมตร สูงประมาณ 2 เมตร ก่ออิฐขึ้นไปตรง ๆ ไม่ย่อเป็นชั้น

โบราณวัตถุที่พบ พบเศษชิ้นส่วยองค์พระพุทธรูปปางสมาธิ และระฆังหินขนาดเล็ก

ศักยภาพ สภาพของตัวโบราณสถานพังทลายออกไปเป็นบางส่วน ปัจจุบันมีการก่ออิฐนอกแนวโบราณสถานเดิมได้โดยชาวบ้านท้องถิ่น โบราณสถานแห่งนี้อยู่ใกล้กับจุดระเบิดย่อยหินมาก โดยอยู่ห่างออกมาเพียง 300 เมตรเท่านั้น โบราณสถานแห่งนี้อยู่นอกเขตที่ได้ทำการขึ้นทะเบียนโบราณสถานเมืองอู่ทอง **และด้านทิศตะวันออกห่างออกไป 10 เมตร พบเจดีย์มีฐานแบบเหลี่ยมแบบเรียบ พบโบราณวัตถุหัวกวางหิน ยาว 9 เซนติเมตร ด้านทิศใต้**

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 22 ธรรมจักรศิลา ขุดพบจากเจดีย์หมายเลข 10

ภาพที่ 23 เจดีย์หมายเลข 10 หลังบูรณะ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 24 เจดีย์หมายเลข 10 สภาพในปัจจุบัน

โบราณสถานหมายเลข 11

ที่ตั้ง อยู่เชิงเขาทำเทียม (คำเทียม) นอกคันคูเมืองด้านตะวันตกถัดจากโบราณสถานหมายเลข 10 ไปทางทิศใต้ 500 เมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินสูงประมาณ 2.50 เมตร ยาวด้านละ 20 เมตร มีต้นไม้ปกคลุมโดยทั่วไป

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506

การบูรณะ กรมศิลปากรดำเนินการแล้วเมื่อ พ.ศ. 2514

ลักษณะโบราณสถาน เป็นฐานรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ยาวด้านละ 10.60 เมตร สูง 2.56 เมตร ก่ออิฐขึ้นไปตรง ๆ ไม่มีมุข คงจะเป็นเจดีย์

โบราณวัตถุที่พบ พบพระพุทธรูปยืนสำริด 4 องค์ ด้านทิศใต้ มีขนาดสูง 32 , 28 , 24 และ 22 เซนติเมตร โดยลำดับ **พบในลักษณะวางซ้อนกัน พระเศียรหันสู่พระเจดีย์** ทางด้านทิศตะวันตกพบธรรมจักรศิลา ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1 เมตร **ปักเสาหินแปดเหลี่ยม จำหลักลวดลาย และแท่นหินสี่เหลี่ยมจำหลักลวดลายทั้ง 3 ชิ้น วางเรียงห่างกันประมาณ 30 เซนติเมตร** นอกจากนี้ยังพบ**พระพิมพ์ดินเผา ด้านหลังมีจารึกว่า เมตฺเตยโย สาริปุตฺโตและมหาก... (มหากสฺสโป)** และจากการขุดเจาะบริเวณกลางเนินไม่พบโบราณวัตถุแต่อย่างใด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ศักยภาพ สภาพของตัวโบราณสถานมีแนวแตกร้าว โดยที่อยู่ห่างจากจุดระเบิดย่อยหินเพียงประมาณ 200 เมตรเท่านั้น โบราณสถานแห่งนี้อยู่นอกเขตพื้นที่ที่ทำการขึ้นทะเบียนโบราณสถานอู่ทอง

ภาพที่ 25 เจดีย์หมายเลข 11 ขณะทำการขุดแต่ง

โบราณสถานหมายเลข 12

ที่ตั้ง อยู่เชิงเขาทำเทียม(คำเทียม) นอกคันคูเมืองด้านทิศตะวันตก ห่างจากเจดีย์หมายเลข 11 มาทางทิศตะวันออกประมาณ 500 เมตร

สภาพทั่วไป เนินดินสูงประมาณ 50 เซนติเมตร กว้างด้านละ 10 เมตร มีร่องรอยการลักลอบขุดตลอดทั้งเนิน

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506

สภาพโบราณสถาน ในปัจจุบันเห็น**เป็นเจดีย์ทรงกลม ฐานสี่เหลี่ยมจตุรัส**

โบราณวัตถุที่พบ ไม่พบโบราณวัตถุ

ศักยภาพ โบราณสถานแห่งนี้อยู่นอกเขตพื้นที่เมืองอู่ทอง

โบราณสถานหมายเลข 13

ที่ตั้ง อยู่นอกคันคูเมืองทางทิศตะวันตกห่างไปประมาณ 200 เมตร

สภาพทั่วไป เป็นเนินดินปกคลุมด้วยต้นไม้และกอไผ่ ตัวเนินสูงประมาณ 3.5 เมตร กว้างด้านละ 20 เมตร มีร่องรอยลักลอบขุดโดยรอบบริเวณมีสระน้ำขนาดย่อมอยู่ห่างเนินดินไปทางทิศเหนือประมาณ 10 เมตร

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การขุดแต่ง กรมศิลปากรดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2506

การบูรณะ กรมศิลปากรดำเนินการแล้ว

ลักษณะโบราณสถาน เป็นฐานเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยม สูงประมาณ 3.50 เมตร ฐานล่างแต่ละด้านยาว 5 เมตร สูง 1 เมตร แต่ละด้านแบ่งเป็นช่องซุ้มด้านละ 2 ช่อง ไม่มีลวดลายเครื่องประดับอยู่ภายในซุ้ม ส่วนฐานชั้นบนทำเป็นฐานย่อมุมล้อมฐานชั้นล่าง

โบราณวัตถุที่พบ พบชิ้นส่วนลวดลายเครื่องประดับองค์เจดีย์ ได้แก่ **ส่วนยอดของสถูปศิลาแลง รูปสิงห์ศิลาแลง (ส่วนปูนได้ลอกหลุดหมดแล้ว) พระพุทธรูปสำริดปางประทานเทศนา** ขนาดสูง 23 เซนติเมตร หน้าตักกว้าง 15 เซนติเมตร **พระพุทธรูปสำริดปางปฐมเทศนา** สูง 21 เซนติเมตร หน้าตักกว้าง 13.50 เซนติเมตร **พระพุทธรูปสำริดปางเสด็จลงจากดาวดึงส์** สูง 15.5 เซนติเมตร และ 31 เซนติเมตร **พระพุทธรูปทั้งหมดขุดพบทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ** และ **สิงห์สำริด**ขนาดสูง 20 เซนติเมตร ขุดได้ทางทิศใต้ โบราณวัตถุเหล่านี้ **ปัจจุบันแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง**

ศักยภาพ ตัวโบราณสถานมีสภาพสมบูรณ์ แต่สภาพแวดล้อมทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ต่ำ มีน้ำเน่าขังในบริเวณใกล้เคียง โบราณสถานแห่งนี้อยู่นอกเขตทะเบียนโบราณสถานเมืองอู่ทอง

ภาพที่ 26 เจดีย์หมายเลข 13 หลังขุดแต่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 27 เจดีย์หมายเลข 13 สภาพในปัจจุบัน

โบราณสถานคอกช้างดิน

ที่ตั้ง อยู่ห่างจากตัวเมืองอู่ทองออกไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ เป็นระยะประมาณ 10 กิโลเมตร

สภาพทั่วไป เป็นโบราณสถานที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานพุม่วง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดย**อยู่บนแนวสันเขาคอกลงมาจนถึงที่ราบเชิงเขาคอก** ห่างจากแนวถนนท้าวอู่ทองขึ้นมาทางทิศเหนือเป็นระยะประมาณ 400 เมตร สภาพพื้นที่โดยรอบเป็นที่ราบทุ่งโล่งสลับป่าละเมาะ ตัวแนวคันดินที่เรียกว่า “คอกช้างดิน” มีด้วยกันทั้งสิ้น 4 แนว และในบริเวณนี้ยังมีเนินดินที่อาจเป็นซากโบราณสถานที่ก่อด้วยอิฐ และแลงอีก 4 – 5 แห่ง

การขุดแต่ง กรมศิลปากรขุดแต่งเนินซากโบราณสถานก่อด้วยแลงและหิน 2 แห่ง เมื่อ พ.ศ. 2509 และได้มีการขุดตรวจเนินโบราณสถานและบริเวณคอกช้างดินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน

ลักษณะโบราณสถาน “คอกช้างดิน” เป็นโบราณสถานที่สร้างเป็นแนวคันดิน รูปโค้งเกือกม้ามีทั้งที่เป็นวงรี และค่อนข้างกลม มีทั้งสิ้น 4 แห่ง เรียงลำดับจากขนาดใหญ่ไปหาเล็ก ดังนี้

คอกช้างดินหมายเลข 1 เป็นจุดที่มีขนาดใหญ่ที่สุด รูปร่างค่อนข้างกลม มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 200 เมตร แนวคันดินกว้างประมาณ 35 เมตร อ้อมโค้งรอบพื้นที่ตรงกลางที่มีระดับลึกลงไปประมาณ 8 เมตร ช่วงแนวคันดินมีช่องทางเปิดทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ แหล่งนี้ตั้งบนที่ราบเชิงเขา ห่างจากลำน้ำจระเข้สามพันและถนนมาลัยแมนมาทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือเป็นระยะทางประมาณ 1.3 กิโลเมตร

คอกช้างดินหมายเลข 2 อยู่ห่างจากคอกช้างดินหมายเลข 1 มาทางทิศตะวันออกเฉียงใต้เป็นระยะทางประมาณ 400 เมตร มีรูปร่างค่อนข้างกลมมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 120 เมตร มีแนวคันดินกว้างประมาณ 25 เมตร อ้อมโค้งล้อมพื้นที่มีระดับลึกลงไปประมาณ 2 – 3 เมตร ช่วงแนวคันดินนี้มีช่องทางเปิดทางด้านทิศเหนือ

คอกช้างดินหมายเลข 3 ตั้งอยู่ชิดคอกเขา ตั้งอยู่ห่างจากคอกช้างดินหมายเลข 1 ไปทางทิศเหนือประมาณ 150 เมตร รูปร่างค่อนข้างกลม มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 150 เมตร แนวคันดินนี้มีช่องทางเปิดทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ

คอกช้างดินหมายเลข 4 ตั้งอยู่แนวไหล่เขาบนเขาคอกอยู่ห่างจากคอกช้างดินหมายเลข 1 มาทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ เป็นระยะทางประมาณ 170 เมตร และห่างจากคอกช้างดินหมายเลข 3 มาทางทิศตะวันตก เป็นระยะทางประมาณ 180 เมตร เป็นแนวคันดินขนาดเล็กที่สุด โดยมีรูปร่างเป็นรูปวงรีมีขนาดกว้าง – ยาว ประมาณ 20 และ 60 เมตร ตามลำดับ แนวคันดินสูงขึ้นมาประมาณ 0.5 – 1.0 เมตร

นอกจากนี้ ตรงบริเวณพื้นที่จากช่วงคอกช้างดินหมายเลข 1 และ 3 มีเนินดินที่มีร่องรอยซากอิฐและแลงอยู่ 4 – 5 แห่ง ซึ่งคาดว่าน่าจะเป็นซากสิ่งก่อสร้างโบราณสถานด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

“คอกช้างดิน” นี้**แต่เดิมเชื่อกันว่าเป็นเพนียดคล้องช้างในสมัยโบราณ มีหลักฐานปรากฏในบทความของ บวสเซอร์ลิเยร์** (2508) ซึ่งคงจะเกิดมาจากข้อมูลที่ได้รับมาจากการสัมภาษณ์ชาวบ้านบริเวณนี้ เมื่อบวสเซอร์ลิเยร์ มาสำรวจพื้นที่เมืองอู่ทอง ในช่วง พ.ศ. 2506 – 2508 **แต่เมื่อพิจารณาจากภาพถ่ายทางอากาศ**ถึงลักษณะสภาพที่ตั้ง และแนวสัมพันธ์กับ “ถนนท้าวอู่ทอง” แล้วก็มีความเป็นไปได้อยู่มากที่**แหล่งโบราณสถานกลุ่มนี้อาจเป็นสิ่งก่อสร้างด้วยดินที่เป็นองค์ประกอบของระบบชลประทานของเมืองโบราณอู่ทอง**

จากการศึกษาทางโบราณคดีของฝ่ายวิชาการ สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี ทำให้ได้ข้อมูลนำไปสู่ข้อสันนิษฐานที่ว่า **คอกช้างดินโบราณสถานที่เป็นคันดินรูปเกือกม้า ดังที่เชื่อกันว่าเป็นคอกขังช้างในสมัยทวารวดีนั้น แท้จริงแล้วน่าจะเป็นที่สำหรับเก็บกักน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคมากกว่า** ทั้งนี้เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถจะรับน้ำจากธารน้ำตกพุม่วงได้เป็นอย่างดี ประกอบกับได้พบร่องรอยของคันดินที่กรุด้วยก้อนหิน ที่ใช้สำหรับบังคับน้ำให้ไหลเข้าสู่คอกช้างดิน (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ข : 8) ปัจจุบันจึงเชื่อว่าโบราณสถานคอกช้างดินเป็นโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพราหมณ์ หรือฮินดู

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังสวนสิริ

ดังนั้นโบราณสถานคอกช้างดินทั้ง 4 แห่ง น่าจะเป็นเขื่อนกักเก็บน้ำหรือสระน้ำศักดิ์สิทธิ์ พื้นที่ในบริเวณนี้จึงเป็นเขตที่อยู่อาศัยและพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่ตั้งเทวาลัยเพื่อประกอบพิธีกรรมของศาสนาพราหมณ์ และเป็นที่อยู่อาศัยของนักบวชพราหมณ์ ผู้ปฏิบัติดูแลเทวสถานอีกด้วย (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ข : 119 - 120)

ศักยภาพ เป็นพื้นที่ทางโบราณคดีที่มีความสำคัญและน่าสนใจมากที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองอู่ทอง แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ หรือฮินดูที่มีอยู่ควบคู่กับศาสนาพุทธในวัฒนธรรมทวาราวดีช่วงเวลาเดียวกัน

ภาพที่ 28 พื้นที่บริเวณโบราณสถานคอกช้างดิน

ภาพที่ 29 เนินโบราณสถานในบริเวณคอกช้างดิน

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 30 โบราณสถานบริเวณคอกช้างดิน หลังบูรณะ

ถนนท้าวอู่ทอง

ที่ตั้ง อยู่ห่างจากตัวเมืองอู่ทองออกไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ เป็นระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร

สภาพทั่วไป คงสภาพให้เห็นชัดเจนเป็นบางช่วง แต่บางจุดที่ติดกับแนวถนนโบราณถูกรุกล้ำไถปราบและถมดินประชิดแนวคันดินบ้าง

ลักษณะโบราณสถาน เป็นแนวคันดินกว้างและสูงประมาณ 10 และ 20 เมตร ตามลำดับ เป็นแนวคดเคี้ยวจากบริเวณที่ราบเชิงเขาคอกด้านทิศใต้ อ้อมโค้งและถูกแนวถนนมาลัยแมนตัดผ่าน **เชื่อกันว่าแต่เดิมเป็นแนวถนนโบราณเชื่อมชุมชนโบราณในเขตภาคกลางจากเพชรบุรี ผ่านราชบุรี , อู่ทองจนบรรจบลำน้ำสุพรรณบุรี** ซึ่งคงต้องการการศึกษาภาพถ่ายทางอากาศเพื่อยืนยันความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม เป็นไปได้มากว่า **แนวคันดินนี้น่าจะเป็นแนวคันดินเพื่อการชลประทานของชุมชนโบราณบริเวณเมืองอู่ทอง**

ศักยภาพ เป็นแนวสิ่งก่อสร้างด้วยดิน เชื่อกันมาแต่เดิมว่าเป็นถนนโบราณของเมืองแห่งนี้จุดหนึ่ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สรุป

เมืองโบราณอู่ทองเป็นเมืองยุคประวัติศาสตร์ที่สำคัญในวัฒนธรรมทวารวดี มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีจำนวนมาก ทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุวัฒนธรรมแบบทวารวดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมสำคัญที่เป็นรากฐานของวัฒนธรรมสมัยต่าง ๆ ของประเทศไทยดังที่ รองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม แห่งคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กล่าวว่า

เมืองโบราณอู่ทองคือ เมืองที่มีหลักฐานชัดเจนว่าเป็นเมืองที่เก่าแก่ที่สุดในยุคต้นประวัติศาสตร์ แม้ว่าในสมัยหลังจะโรยร้างไปแล้วก็ตาม แต่ตำแหน่งของเมืองซึ่งอยู่บนเส้นทางคมนาคมโบราณที่ดำรงอยู่สืบเนื่องเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนั้น เป็นสิ่งที่ทำให้มีผู้คนผลัดเปลี่ยนกันเข้ามาตั้งถิ่นฐาน จนกระทั่งปัจจุบันได้พัฒนาเป็นเมืองในระดับอำเภอสำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี การดำรงอยู่ของเมืองโบราณอู่ทองปรากฏในตำนานของคนท้องถิ่นราวพุทธศตวรรษ ที่ 21 ลงมา ในความเชื่อของคนท้องถิ่น เมืองโบราณอู่ทองคือเมืองท้าวอู่ทอง จนกระทั่งสมเด็จฯกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 เสด็จตรวจราชการ จึงมีการให้ความสนใจเมืองโบราณอู่ทองในลักษณะที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น จึงนับว่า ตำนานคือความคิด ความเชื่อ และวิธีการในการสร้างประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่สืบเนื่องเรื่อยมา เมืองอู่ทองนับเป็นเมืองแรกเริ่มในสมัยต้นประวัติศาสตร์ยุคสุวรรณภูมิ หรือต้นพุทธกาลที่มีหลักฐานทางโบราณคดีที่ชัดเจน แต่การรับรู้ความสำคัญของเมืองนี้สืบมาในช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นเป็นเรื่องของตำนานจนกระทั่งปัจจุบัน (ศรีศักร วัลลิโภดม 2549 : 151 - 152) จึงกล่าวได้ว่า เมืองโบราณอู่ทองเป็นเมืองโบราณยุคแรกสมัยทวารวดี

เมืองโบราณอู่ทองเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนายุคแรกสุดของประเทศไทย จากหลักฐานประเภทโบราณวัตถุที่พบทำให้ทราบว่า เมืองโบราณอู่ทองได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับดินแดนแถบโพ้นทะเลโดยเฉพาะอินเดีย จนทำให้นักวิชาการเชื่อว่าเมืองโบราณอู่ทองเป็นดินแดน “สุวรรณภูมิ” ที่พระเจ้าอโศกมหาราชได้ส่งพระโสณะเถระ และพระอุตระเถระมาเผยแพร่พุทธศาสนาในราวพุทธศตวรรษที่ 3 (กรมศิลปากร, สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี 2545 ข : 2 - 3) เมืองอู่ทองเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาที่เก่าแก่ที่สุดของรัฐทวารวดี และพุทธศาสนาจากศูนย์กลางพุทธศาสนาที่เมืองอู่ทองได้ให้อิทธิพลต่อชาวพุทธในรัฐทวารวดีเป็นอย่างมาก

ในบริเวณเมืองโบราณอู่ทองได้มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีจำนวนมาก โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 โบราณสถานคอกช้างดิน และ ถนนท้าวอู่ทอง นอกจากนี้ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ได้เก็บรักษาและจัดแสดงโบราณวัตถุที่พบบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง สมัยก่อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทวารวดี เช่น ขวานหินขัด ลูกปัด ภาชนะดินเผา แวดินเผาสำหรับปั่นด้าย และเครื่องมือเครื่องใช้โลหะอื่น ๆ อีกมากมาย พระพิมพ์พระพุทธรูปปรูปพระโพธิสัตว์และปูนปั้น จารึกตราประทับ เหรียญกษาปณ์โรมันเศียรพระพุทธรูปทองคำ ธรรมจักรพร้อมแท่นและเสา ศิลา เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12 – 16 แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทองจึงมีคุณค่าควรแก่การศึกษาและการอนุรักษ์ศิลปกรรมวัฒนธรรมเหล่านี้ไว้ต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ผลจากการบูรณะโบราณสถานในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง ทำให้โบราณสถานได้รับการพัฒนา ดังเช่น การปรับปรุงและพัฒนาพุทธสถานวัดเขาดีสลักได้มีการจัดสร้างมณฑปครอบรอยพระพุทธบาท และปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบ นอกจากนี้การบูรณะและพัฒนาทำให้เกิดแหล่งรวบรวมและจัดแสดงโบราณวัตถุ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของสังคมในอดีตได้อย่างดี ดังนั้นเมืองโบราณอู่ทองจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนรากฐานของวัฒนธรรมไทยได้เป็นอย่างดี

4. แนวคิด และ ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

มนุษย์เป็นสัตว์ที่เต็มไปด้วยความปรารถนาและความต้องการ ดังนั้นนักจิตวิทยามีความเชื่อว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจ ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม แต่จะเข้าใจได้จากทฤษฎีที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ให้ชัดเจนขึ้น การทำความเข้าใจในเรื่องแรงจูงใจจึงเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นในการทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังต่อไปนี้

เครช และคณะ (Krech, et. al. 1961) ให้ความหมายว่า "แรงจูงใจเป็นกระบวนการทางจิตใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด จนเกิดผลสำเร็จถูกต้องตามทิศทางที่ต้องการ"

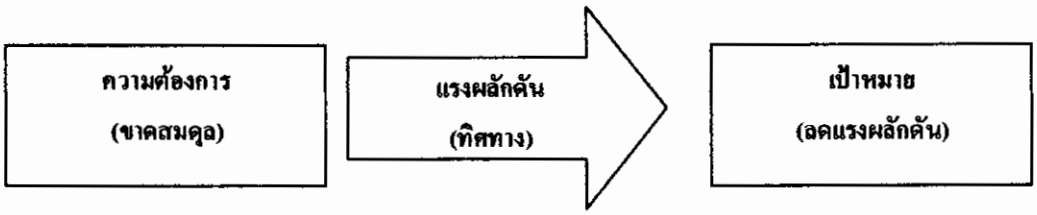
คาสท์ และ โรเซนซ์วิก (Kast and Rosenzweig 1970) ให้ความหมายว่า "แรงจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลกระทำหรือแสดงออกในด้านต่าง ๆ อย่างน้อยที่สุดก็จะชอบแสดงพฤติกรรมอันเป็นแบบแผนของตน" (มาโนชญ์ เชี่ยวชาญ ม.ป.ป. : 90)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

คำว่า "แรงจูงใจ" (Motivation) มาจากรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละตินว่า Movere ซึ่งแปลว่า เงื่อนไขหรือสภาวะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 3 ทิศทางซึ่งหมายถึง เงื่อนไขหรือสภาวะที่ทำให้เกิดพฤติกรรม หรือไปยับยั้งพฤติกรรมที่จะแสดงออก (พรรณราย ทรัพยะประภา 2529 : 41, อ้างถึงใน ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 159)

แรงจูงใจ คือ สภาวะภายในอินทรีย์ที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายใน หรือภายนอกอินทรีย์ โดยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมไปสู่เป้าหมาย (MaMahon and McMahon 1986 : 147 , อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ 2542 : 176)

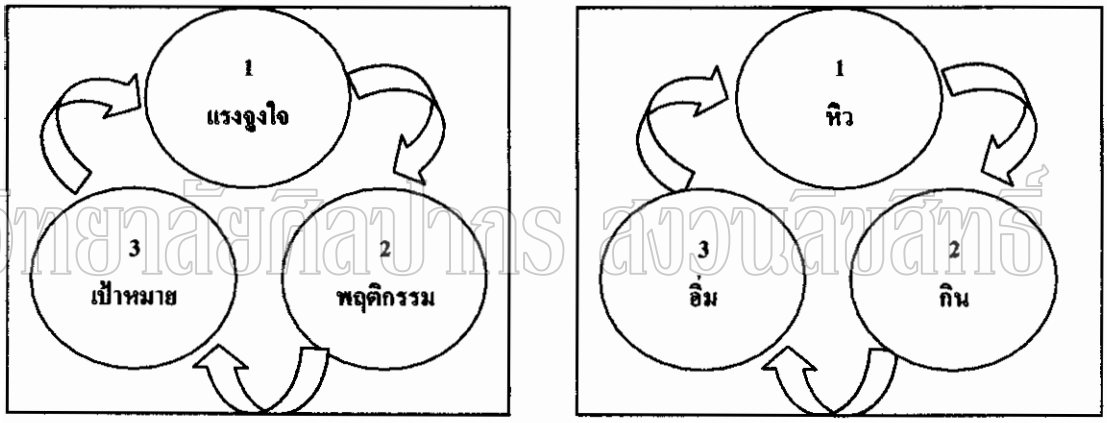
สำหรับแรงจูงใจ ในความหมายที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและแรงผลักดัน อาจให้ความหมายว่า "แรงจูงใจ คือ สภาวะในตัวอินทรีย์ที่จะกระตุ้นให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมไปในทิศทางที่กำหนดไว้แล้ว เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่อินทรีย์ต้องการ" จึงกล่าวได้ว่า สภาวะภายในอินทรีย์ซึ่งถือว่าเป็นแรงจูงใจนั้นเกิดจาก ความต้องการ (Needs or Want) ที่ทำให้ร่างกายขาดดุล จึงทำให้เกิดแรงผลักดัน (Drives) กระตุ้นให้ร่างกาย หรืออินทรีย์แสดงพฤติกรรมเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Goals) ซึ่งทำให้เกิดสมดุล การลดแรงผลักดัน ได้แก่ ความต้องการได้รับการตอบสนอง ดังภาพ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 160)



แผนภูมิที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการ และ แรงผลักดัน

ที่มา : ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ (กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545), 160.

ดังนั้น ปัจจัยภายในอินทรีย์ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางจิตใจ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งจูงใจ รางวัล สิ่งที่อินทรีย์พึงพอใจ กล่าวคือ การเกิดแรงจูงใจจะเป็นรูปวงจร คือเกิดแล้วเกิดอีกได้ไม่รู้จบตราบใดที่มนุษย์ยังมีชีวิตอยู่ ดังภาพ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ 2542 : 176)



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แผนภูมิที่ 2 แสดงวงจรของแรงจูงใจ

ที่มา : กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, จิตวิทยาสังคม (กรุงเทพฯ : พิมพ์ลดา ดอมพิ้วกราฟฟิค การพิมพ์, 2542), 176.

ลักษณะของพฤติกรรมที่ได้รับแรงจูงใจ

มีอยู่ 3 ลักษณะ คือ (ธิดา บุญย่านยาว ม.ป.ป. : 88 - 89)

1. มีพลัง (Energy) หมายถึง พลังที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งเพื่อให้สามารถทำกิจกรรมได้เป็นผลสำเร็จ

2. มีความพยายาม (Persistence) ผู้ที่ได้รับแรงจูงใจจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความพยายาม และจะไม่ละความพยายามจนกว่าเวลาจะผ่านไประยะหนึ่ง

3. มีการแสวงหาวิธีการหลายอย่าง (Variability of Activity) อิทธิพลจากแรงจูงใจจะทำให้บุคคลพยายามค้นหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์

ลำดับขั้นของการจูงใจ แบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ

ระยะที่หนึ่ง มีความต้องการ (needs) มีแรงขับ (drive) หรือ แรงจูงใจ (motive)

ระยะที่สอง มีการแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะไปสู่จุดมุ่งหมาย และเพื่อลดแรงขับ

ระยะที่สาม การบรรลุถึงจุดหมายที่ต้องการอันเป็นการลดแรงขับ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นได้รับการตอบสนอง

ลักษณะของแรงจูงใจ มีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ (มาโนชญ์ เชี่ยวชาญ ม.ป.ป. : 91)

1. มีการกระตุ้น หรือเร้า (Energizing) คือ แรงจูงใจจะเป็นสิ่งผลักดัน หรือเร่งเร้าให้บุคคลพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมหรือตอบสนอง

2. มีการชี้ทิศทาง (Directing) คือ แรงจูงใจจะช่วยชี้แนวทางหรือบอกแนวทางของพฤติกรรม

นอกจากนี้ แรงจูงใจยังเกี่ยวข้องกับเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้ เช่น เกี่ยวข้องกับภาวะทางร่างกายที่เปลี่ยนไป เกี่ยวข้องกับภาวะทางอารมณ์ เกี่ยวข้องกับลักษณะนิสัยของคน เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเคยชิน เกี่ยวข้องกับทัศนคติและค่านิยม เป็นต้น

คำว่า **"แรงจูงใจ"** จึงเป็นคำสำคัญที่มีความหมายในฐานะที่เป็นตัวต้นกำเนิดของพฤติกรรม โดยทั่วไปคำว่า แรงจูงใจ หมายถึงแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เป็นแรงที่ให้พลังงานกระตุ้นร่างกายให้กระทำพฤติกรรม โดยเป็นแรงกระตุ้นที่มีการกำหนดทิศทางไว้ว่าจะกระทำพฤติกรรมออกไปอย่างไร แบบใด และเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลรักษาพฤติกรรมนั้นเอาไว้ (Streers and Porter 1979 : 6) โดยทั่วไปแรงจูงใจได้แก่ ความต้องการ (Needs) ความปรารถนา (Desire) หรือ ความมุ่งหวัง (Expectancy) ฉะนั้น ความหิว (Needs) ความอยากอาหาร (Desire) ความปรารถนาชื่อเสียง และการตั้งความหวังที่จะเป็นโน่นเป็นนี่ (Expectancy) ฯลฯ ก็คือ ตัวอย่างของแรงจูงใจ และมีข้อสังเกต 3 ประการ จากความหมายของแรงจูงใจ ซึ่งควรต้องพิจารณาคือ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 157 - 158)

1. แรงจูงใจทำให้เกิดพลังผลักดัน (Drive) ภายในบุคคลให้แสดงพฤติกรรมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น เมื่อเราหิว พลังผลักดันย่อมชี้นำทิศทางการแสดงพฤติกรรมให้ออกมาในลักษณะการแสวงหาอาหาร และความหมายของแรงจูงใจ ยังชี้ให้เห็นถึงการกระตุ้นที่มาจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดแรงผลักดันขึ้นมาในตัวเอง ตัวอย่างเช่น เมื่อเราได้กลิ่นอาหารในเวลาใกล้เที่ยงย่อมกระตุ้นให้เรารู้สึกหิวมากกว่าเราไม่ได้กลิ่น

2. แรงจูงใจเป็นเรื่องของการทำพฤติกรรมโดยมุ่งสู่เป้าหมาย (Goal) คือ ทำอย่างมีจุดหมาย เช่น เมื่อเรามีความหิว เป้าหมายของเราก็คือ การได้รับประทานอาหาร ฉะนั้นยามใดที่เราหิว เราจะเลือกแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่การหาอาหารมารับประทานมากกว่าพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายอย่างอื่น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

3. การจูงใจเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วยตั้งแต่ สิ่งที่ป้อนเข้า (Input) ได้แก่ พลังจากสิ่งแวดล้อมที่มากระตุ้นให้เกิดแรงผลักดัน (Drive) ภายในเกิดขึ้น ส่งผลให้ต้องแสดงพฤติกรรมออกมาเป็นผลผลิต (Output) ไปจนถึงข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ซึ่งเป็นผลจากการกระทำพฤติกรรมนั้นต่อไป หรือเปลี่ยนไปเป็นพฤติกรรมอื่นในเวลาต่อไป

ดังนั้น จึงมีคำที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ คำเหล่านี้ ได้แก่ ความต้องการ (Needs) แรงกระตุ้น (Motives) และแรงผลักดัน (Drives) ซึ่งควรจะทำความเข้าใจดังนี้ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 160 - 161)

ความต้องการ (Needs) หมายถึง สภาพขาดแคลนซึ่งเกิดเมื่อใดก็ตามที่ไม่มีความสมดุลทางสรีระ หรือทางใจ เช่น เราคอแห้งเนื่องจากการพูดมากเนื้อเยื่อที่ลำคอขาดน้ำเราจึงรู้สึกกระหายน้ำขึ้นมาทันที หรือเรารู้สึกต้องการอาหาร(หิว) ก็เพราะเกิดจากการขาดแคลนน้ำตาลในกระแสเลือด เป็นต้น

แรงกระตุ้น (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้อินทรีย์ทำกิริยาอาการ และควบคุมกิริยาอาการนั้นให้ไปยังเป้าหมายพฤติกรรมที่ถูกกระตุ้น เรียกว่า พฤติกรรมที่ถูกจูงใจ (Motivated behavior) ซึ่งมี 2 ลักษณะคือ

1. จะต้องมีกิริยาอาการอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาในลักษณะที่เพิ่มพลัง (Activating) เช่น จากหลับเป็นตื่น หรือ จากเฉย ๆ เป็นกระตือรือร้น เป็นต้น

2. จะต้องมุ่งไปสู่ทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น เมื่อคนรู้สึกหิวจะไปที่ร้านอาหารไม่ใช่ที่โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แรงผลักดัน (Drives) หมายถึง สภาพทางสรีระที่เกิดขึ้นในขณะที่อินทรีย์อยู่ในภาวะที่ขาดแคลน แรงผลักดันเป็นตัวการที่สำคัญของกระบวนการจูงใจ เพราะจะเป็นตัวมุ่งกระทำ และเสริมกำลังเพื่อสู่การบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ แรงผลักดันแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. แรงผลักดันปฐมภูมิ เป็นแรงผลักดันที่เกิดมาพร้อมกับวุฒิภาวะของคนไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ แรงผลักดันประเภทนี้แบ่งออกเป็น แรงผลักดันทางสรีระ (Physiological drives) และแรงผลักดันทั่วไป (General drives)

1.1 แรงผลักดันทางสรีระ เป็นแรงผลักดันที่มีต้นกำเนิดมาจากความต้องการของร่างกาย หรือสภาวะในร่างกาย และเกิดจากสาเหตุหนึ่งใน 3 ประการคือ สิ่งเร้า (Stimulus) ความต้องการของเนื้อเยื่อในร่างกาย และสารฮอร์โมนในเลือด แรงผลักดันด้านสรีระที่เกิดจากกระบวนการโฮมีโอสแตติส (Homeostasis) คือ การที่ร่างกายมีแนวโน้มที่จะรักษาดุลยภาพของสภาวะในร่างกายนั้นเอาไว้ เช่น การรักษาอุณหภูมิให้พอเหมาะ ในเลือดมีปริมาณของกรดและด่างที่เหมาะสม ไม่มีคาร์บอนไดออกไซด์มากเกินไป หรือมีปริมาณน้ำตาลที่เพียงพอ เป็นต้น กระบวนการนี้ไม่สามารถสร้างสิ่งตอบสนองความต้องการทางกายภาพขึ้นมาได้ เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำ ร่างกายจะผลิตน้ำขึ้นมาเองไม่ได้ต้องรับเข้ามาจากภายนอก ต้องกระตุ้นให้ร่างกายแสดง

พฤติกรรมเพื่อหาน้ำมา เมื่อได้มาแล้วร่างกายก็สร้างสมดุลแรงผลักดันด้านสรีระ ได้แก่ ความอบอุ่น ความหนาว ความหิว ความเจ็บปวด และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

1.2 แรงผลักดันทั่วไป ยังมีพฤติกรรมหลายอย่างของมนุษย์และสัตว์ที่บ่งบอกไม่ได้แน่ชัดว่า เกิดจากแรงผลักดันทางสรีระโดยตรง แต่มีพื้นฐานมาจากสรีระเหมือนกัน เช่น การทำกิจกรรมต่าง ๆ ความอยากรู้อยากเห็น ความกลัว เป็นต้น

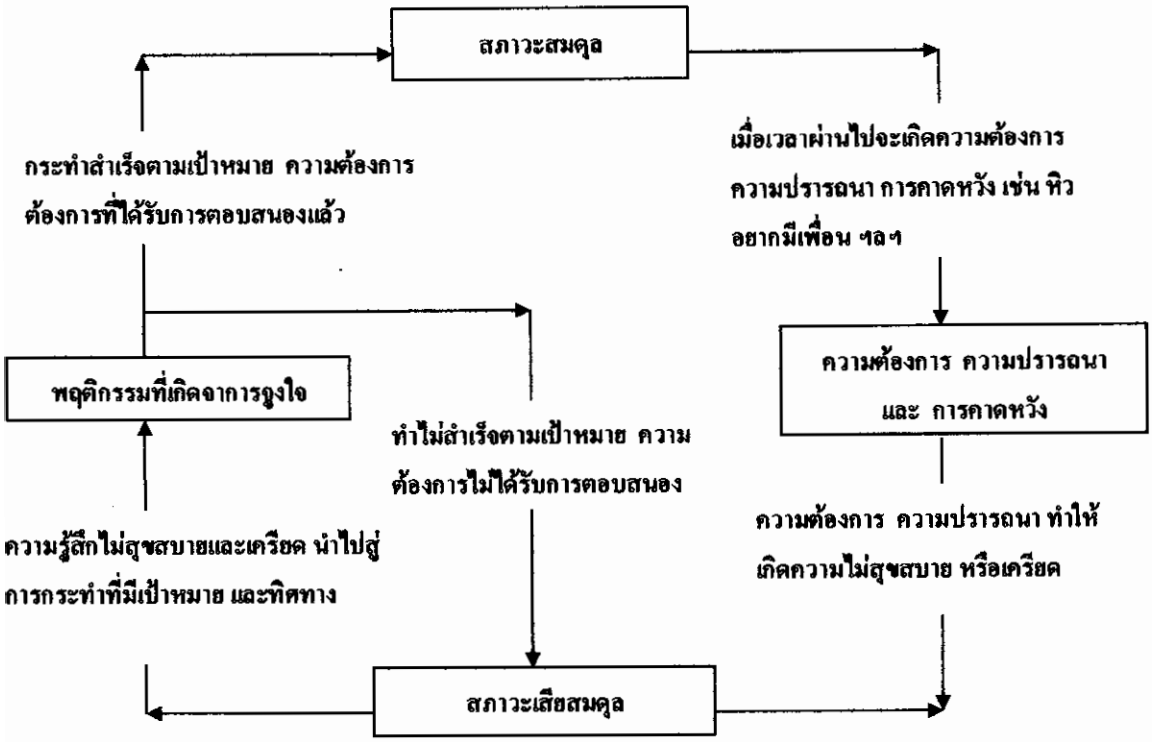
2. แรงผลักดันทุติยภูมิ เป็นแรงผลักดันที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ เรียกว่า แรงกระตุ้นทางสังคม เช่น ความผูกพันกับผู้อื่น การยอมรับทางสังคม เป็นต้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมการจูงใจที่เกิดขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากแรงผลักดัน หรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจ แรงจูงใจเป็นสภาวะทางจิตใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยเกิดขึ้นมาเพื่อที่จะนำทางให้บุคคลนั้น ๆ แสดงพฤติกรรมออกมาให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ แรงจูงใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเกิดความขาดแคลนบางอย่างของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการ ความคาดหวังที่จะได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ พฤติกรรมจึงมีความเข้มข้น มีทิศทาง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด จึงไม่ใช่พฤติกรรมทั่ว ๆ ไปที่เกิดขึ้นจากการตอบสนองสิ่งเร้าธรรมดา นักจิตวิทยาจึงศึกษาแรงจูงใจในทัศนะของความต้องการ (Needs) แรงกระตุ้น (Motives) หรือ แรงผลักดัน (Drives)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

กระบวนการจูงใจ

มนุษย์มีความต้องการ ความปรารถนา และไม่ค่อยพอใจในสิ่งที่เป็นอยู่ง่าย ๆ จึงอาจจะพอใจในสิ่งที่มีอยู่เพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่ก็จะมีความต้องการอื่น ๆ เกิดขึ้นอีกในภายหลัง จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์จึงมีอยู่ตลอดชั่วระยะเวลาที่มีชีวิต ดังนั้น กระบวนการจูงใจจึงหมายถึง กิจกรรมชุดหนึ่งของบุคคลที่ประกอบกันขึ้นมาอย่างเป็นระบบ เป็นการอธิบายถึงการที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอันเกิดจากการมีแรงจูงใจเป็นพลังผลักดัน เริ่มตั้งแต่เมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะขาดสมดุลทำให้เกิดความเครียด ไปจนถึงบุคคลแสดงพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดสภาวะสมดุลภายในตนเอง ซึ่งสามารถแสดงด้วยแผนภูมิของกระบวนการจูงใจ ดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 158 - 159)



แผนภูมิที่ 3 แสดงส่วนประกอบของกระบวนการจูงใจ
ที่มา : สิทธิโชค วรานุสันติกุล, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์ (กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546), 159.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากรูปจะเห็นได้ว่า จุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจอยู่ที่เมื่อบุคคลเกิดความไม่สมดุลภายในตัวขึ้นมา เช่น มีความต้องการอย่างมากที่จะผูกสัมพันธ์กับผู้อื่น มีความปรารถนาที่จะเพิ่มรายได้ และความคาดหวังว่าการพยายามทุ่มเทกำลังทำงานให้เต็มที่จะนำไปสู่การได้เลื่อนตำแหน่ง การที่เกิดความต้องการ หรือความปรารถนา หรือความมุ่งหวัง จะทำให้บุคคลเกิดความตึงเครียดภายในตนเองขึ้นมา แล้วแปรสภาพเป็นพลังขับดันให้กระทำพฤติกรรม ซึ่งเขาคาดว่าจะทำให้ความตึงเครียดนั้นหายไป เมื่อบุคคลได้เริ่มกระทำพฤติกรรมออกไป ผลของพฤติกรรมนั้นจะกลายเป็นข้อมูลย้อนกลับให้เขาได้พิจารณาว่า จะเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างไรเพื่อจะหยุดกระทำ หรือยังคงกระทำแบบเดิมต่อไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าพฤติกรรมที่ได้ทำไปแล้วทำให้ลดความตึงเครียดได้ดีหรือไม่ ตัวอย่างเช่น บุคคลผู้หนึ่งอาจจะต้องการเพื่อนเป็นอย่างมาก เขาจึงแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่เป็นการวิสาสะกับคนอื่นมากและบ่อยครั้ง ด้วยเขามีความหวังว่าการกระทำเช่นนี้จะทำให้มีเพื่อนและผู้อื่นคอยเกื้อหนุน เมื่อบุคคลนี้ได้พบว่า ขณะนี้เขาได้เพื่อนเพียงพอแล้ว เขาได้ไปถึงจุดหมายของเขาแล้ว เขาอาจหันเหไปแสดงพฤติกรรมอื่นอีกต่อไป หรือเขาอาจพบว่าการกระทำนี้ไม่ได้ทำให้เขาได้เพื่อนดังที่ตั้งจุดหมายไว้ เขาอาจต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในรูปแบบอื่น ซึ่งเชื่อว่าทำให้

ได้เพื่อนมากขึ้น จากตัวอย่างที่กล่าวมาเห็นว่า ข้อมูลย้อนกลับนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกแสดงพฤติกรรมเพื่อลดความตึงเครียด อันเกิดจากความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวัง อย่างไร

ดังนั้น ในการศึกษากระบวนการจูงใจนั้น นักจิตวิทยาให้ความสนใจที่จะศึกษาตรงแรงจูงใจที่กระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมา ทั้งนี้เป็นเพราะสามารถสังเกตได้และการศึกษาจะต้องอาศัยการอนุมานโดยการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่แสดงออก ในการอนุมานพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นมีข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ ดังนี้ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 165)

1. การแสดงออกของแรงจูงใจนั้นแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม และแตกต่างกันไปตามตัวบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันด้วย ทั้งนี้เพราะ แรงจูงใจหลายอย่างได้มาจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ และการแสดงออก ซึ่งแรงจูงใจต้องเรียนรู้อีกเช่นเดียวกัน

2. แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้คนแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน เช่น ขณะที่อยู่ในความหิวกระหาย คนบางคนอาจแสดงความต้องการอย่างชัดเจน ในขณะที่บางคนอาจแสดงในลักษณะสงบนิ่ง

3. แรงจูงใจไม่เหมือนกัน อาจทำให้คนแสดงพฤติกรรมออกมาเหมือนกันก็ได้ เช่น คนที่เดินยิ้มเข้ามาหาเรา อาจจะยิ้มให้เราจริงใจ หรือยิ้มให้เราตายใจก็ได้

4. แรงจูงใจหลายอย่างอาจแสดงออกมาในรูปของการปลอมแปลงก็ได้ เช่น นักศึกษาบางคนมาเข้าชั้นเรียนสาย อาจจะ ไม่ใช่ความต้องการที่จะมาสายจริงเสมอไป บางครั้งอาจจะต้องการความสนใจจากผู้สอน หรือนักศึกษาคนอื่น ๆ ในชั้นเรียนก็ได้

5. การแสดงพฤติกรรมออกมาอาจจะมาจากแรงจูงใจหลายอย่างก็ได้ เช่น การที่นักบินอวกาศเสี่ยงชีวิตไปเหยียบบนพื้นผิวดวงจันทร์ อาจจะไม่ใช่อยากเป็นมนุษย์คนแรกที่ไปเหยียบดวงจันทร์ แต่อาจจะเกิดจากความอยากรู้อยากเห็น อยากมีชื่อเสียง อยากสร้างประโยชน์ทางวิทยาศาสตร์แก่ชาวโลก เป็นต้น

ประเภทของแรงจูงใจ

มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิต มีความต้องการทางด้านชีวภาพ จึงเป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ต้องได้รับการตอบสนองเพื่อดำรงชีวิตอยู่ และมนุษย์เป็นสัตว์ชั้นสูงที่มีสมองเพื่อใช้เรียนรู้ประสบการณ์ และมีความคิดที่จะพิจารณาสิ่งต่าง ๆ จึงทำให้มนุษย์มีความต้องการทางจิตใจควบคู่กันไปด้วย เช่น ต้องการอำนาจ ต้องการมีชื่อเสียง ฯลฯ แต่มีพฤติกรรมหลายอย่างของมนุษย์ที่ไม่สามารถระบุได้ว่าเกิดจากความต้องการด้านชีวภาพ หรือเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ นักจิตวิทยาจึงเชื่อว่าเป็นสัญชาตญาณที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด จากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่กล่าวมา แรงจูงใจของมนุษย์จึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ 2542 : 177 - 178)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1. แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แบ่งเป็น

1.1 แรงจูงใจทางสรีระ หรือแรงจูงใจทางชีวภาพ (Physiological , Biological motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย การหลีกหนีความเจ็บปวด ความต้องการอากาศหายใจ ความต้องการอุณหภูมิที่เหมาะสม ความต้องการพักผ่อน ความต้องการการขับถ่าย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

1.2 แรงจูงใจทั่วไป (General motives) เป็นแรงจูงใจที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด เป็นสัญชาตญาณที่ตอบสนองสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยไม่ต้องเรียนรู้ บางครั้งเรียกว่า แรงจูงใจจากสิ่งเร้า (Stimulus motives)

2. แรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary motives) เป็นแรงจูงใจทุกอย่างที่เกิดจากผลการเรียนรู้ หรือการมีประสบการณ์ จึงมีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น แรงจูงใจทางจิตใจ (Psychological motives) แรงจูงใจทางสังคม (Social motives) แรงจูงใจอันซับซ้อน (Complex motives) และแรงจูงใจการเรียนรู้ (Learned motives) ตัวอย่างเช่น แรงจูงใจที่จะสัมพันธ์กับผู้อื่น แรงจูงใจที่จะประสบความสำเร็จ แรงจูงใจที่จะมีอำนาจ มีชื่อเสียง ฯลฯ แรงจูงใจทุติยภูมินี้มีข้อสังเกตหลายประการ เช่น

การแสดงออกของแรงจูงใจจะมีความแตกต่างทางวัฒนธรรม และตัวบุคคลเพราะเป็นผลจากประสบการณ์และการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แรงจูงใจอย่างเดียวกัน อาจก่อให้เกิดผลพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บางคนพอใจที่จะยิ้ม บางคนพอใจที่จะเฉย ๆ

แรงจูงใจต่างกันอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมเหมือนกัน

แรงจูงใจหลายอย่าง อาจแสดงออกมาในรูปของการแอบแฝง เช่น ไม่พอใจแต่ยิ้ม

พฤติกรรมที่แสดงอย่างหนึ่งอาจเกิดแรงจูงใจหลายอย่างรวมกัน เช่น ขยันทำงานหนักเพราะต้องการร่ำรวย ต้องการความมั่นคง ต้องการมีชื่อเสียงเกียรติยศ เป็นต้น

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า โดยทั่วไป แรงจูงใจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 161 - 162)

1. แรงจูงใจทางสรีระ (Physiological motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากสาเหตุภายในร่างกาย เช่น แรงจูงใจที่เกิดจากความหิว ความกระหาย เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social motivation) เป็นแรงจูงใจที่ไม่เกิดขึ้นจากสาเหตุภายในร่างกาย แต่เกิดจากการเรียนรู้ตลอดเวลาที่เติบโตในสังคม เช่น

แรงจูงใจในการอ่านหนังสืออย่างคร่ำเคร่ง เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

แรงจูงใจที่ประชาชนต่อสู้เพื่ออิสรภาพของประเทศตนเอง

แรงจูงใจของข้าราชการที่เกี่ยวกับตำแหน่งหน้าที่การงาน

แรงจูงใจของเด็กวัยรุ่นในเรื่องความต้องการอิสระ เป็นต้น

แรงจูงใจทั้งสองประเภทดังกล่าวมักมีความเกี่ยวพันกันเสมอ แต่มีบางอย่างที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสามารถกล่าวได้โดยสรุปดังนี้

1. แรงจูงใจทางสังคมไม่ถูกกระตุ้นจากระบบประสาท หรือความรู้สึก มากกว่าแรงจูงใจทางสรีระ เช่น ถ้าเราไม่มีชื่อเสียง จะไม่ใคร่มีอะไรเท่ากับ การที่เราไม่มีอะไรกิน เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางสังคมจะถูกเก็บให้อด (Deprivation) ได้นานกว่าแรงจูงใจทางสรีระ เช่น เราขาดความรักนาน ๆ พออดได้ แต่เราขาดอาหารนาน ๆ ไม่ได้ เป็นต้น

3. แรงจูงใจทางสังคมเกิดจากการเรียนรู้มากกว่าแรงจูงใจทางสรีระ เช่น ความต้องการมีชื่อเสียงย่อมเกิดขึ้นภายหลัง แต่ทารกสามารถดูดนมได้โดยไม่ต้องเรียนรู้มาก่อน เป็นต้น

4. แรงจูงใจทางสังคมสามารถศึกษา และทำความเข้าใจจากสิ่งเร้าภายนอกได้

5. แรงจูงใจทางสังคมเมื่อถูกขัดขวางไม่มีผลถึงตาย แต่อาจทำให้เกิดความผิดปกติทางอารมณ์ และมีผลต่อร่างกายทำให้เจ็บป่วยได้ ซึ่งอาจจะเสียชีวิตภายหลัง ส่วนแรงจูงใจทางสรีระเมื่อถูกขัดขวางนานพอก็มีผลถึงชีวิตได้

การแบ่งแรงจูงใจโดยยึดถือจากสิ่งกระตุ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivator) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตนเองมีผลทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกไป เพราะรักหรือชอบที่จะทำอย่างนั้นอย่างใจจริง เช่น เราชอบรายการถีพาในโทรทัศน์ เรามักจะทำตัวให้ว่างในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นต้น

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivator) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับสิ่งจูงใจภายนอกตัวเรา ด้วยความมุ่งหมายที่จะให้ทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น คะแนนเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดแรงจูงใจในการเรียน เหรียญทองเป็นสิ่งจูงใจทำให้เกิดแรงจูงใจในการเล่นกีฬา

จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการหรือแรงจูงใจทางสรีระ และ แรงจูงใจทางสังคม มีส่วนที่แตกต่างกันคือ (มาโนชญ์ เชี่ยวชาญ ม.ป.ป. : 92)

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของความต้องการหรือแรงจูงใจทางสรีระ และ แรงจูงใจทางสังคม

แรงจูงใจทางสรีระ	แรงจูงใจทางสังคม
1. ถูกกระตุ้นผ่านระบบประสาท	1. ไม่ถูกกระตุ้นผ่านระบบประสาท
2. เกิดจากร่างกายขาดสิ่งที่ต้องการ พบได้ในบรรดาสิ่งมีชีวิต มนุษย์ สัตว์ทั่วไป (Organic Demand)	2. ร่างกายไม่ขาดสิ่งที่ต้องการ แต่เกิดจากการเก็บกด หรือถูกเก็บให้อด (Deprivation)
3. เกิดกระบวนการในอินทรีย์	3. เกิดจากการเรียนรู้
4. ไม่สามารถวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้	4. สามารถวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้

ที่มา : มาโนชย์ เชี่ยวชาญ, จิตวิทยาทั่วไป (สุราษฎร์ธานี : โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ สถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ม.ป.ป), 92.

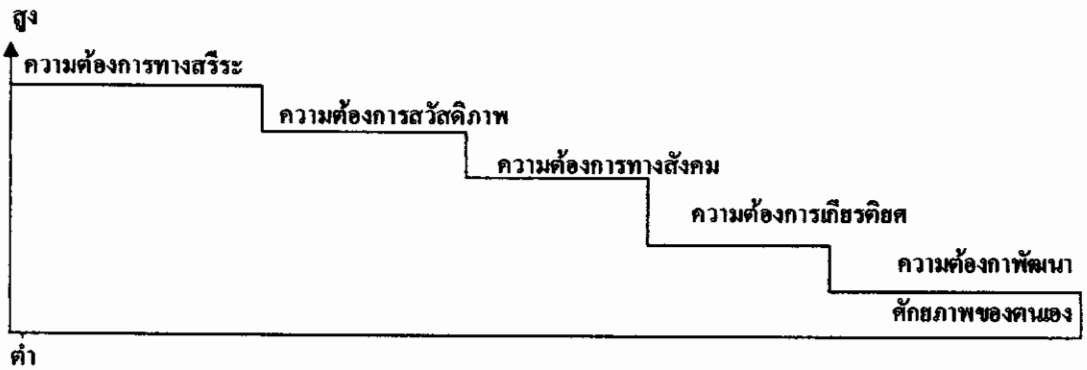
มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันที่ลิขสิทธิ์

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั้งภาคราชการและธุรกิจเอกชน หรือแม้แต่ในระดับตัวบุคคลเองก็ต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ทั้งนี้ก็เพราะว่าทุกฝ่ายรู้ซึ้งว่า ตัวบุคคลเป็นเหตุสำคัญในอันที่จะทำให้การทำงานของเขาและหน่วยงานได้ผลดีหรือไม่ดี และการที่บุคคลจะตั้งใจทำงานอย่างไรหรือไม่ก็ต้องขึ้นอยู่กับการจูงใจของเขาเป็นสำคัญ สำหรับทฤษฎีการจูงใจนั้น มีอยู่หลายทฤษฎี แต่ละทฤษฎีต่างพยายามเสนอว่าคนเราจะกระทำพฤติกรรมออกไปภายใต้เงื่อนไขสำคัญอะไรบ้าง แต่สิ่งที่สำคัญคือกระบวนการจูงใจเป็นพหุวิธี (Multiplicative Approaches) ตัวแรงจูงใจเพียงอย่างเดียว ไม่ใช่ตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ได้โดยสิ้นเชิง ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีก เป็นต้นว่า ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อม เช่น หน่วยงานที่บุคคลสังกัด ชนิดของงานที่ทำ ระบบการให้รางวัล ฯลฯ หรือแม้แต่ปัจจัยส่วนบุคคลก็ยังเกี่ยวข้องด้วย เช่น ทัศนคติ ความสนใจ การรับรู้ เป็นต้น

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการ

1.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของอับบราฮัม มาสโลว์ (Maslow 1954) มาสโลว์มีความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการอยู่ 2 ประการคือ ประการแรกมนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการเกิดขึ้นเสมอ และประการที่สอง ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นสากลซึ่งคล้ายคลึงกันทุกวัฒนธรรม และความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นไปตามลำดับขั้น นั่นคือความต้องการในระดับล่างเมื่อได้รับการตอบสนองเพียงพอแล้ว บุคคลจะเลื่อนขึ้นไปสนองความต้องการในระดับสูงขึ้นไป ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์จึงเรียกว่า ทฤษฎีความต้องการลำดับขั้น (Hierarchy of Needs) ดังภาพประกอบดังนี้ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 166 - 167)



แผนภูมิที่ 4 แสดงความต้องการตามลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์

ที่มา : ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ (กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545), 167.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ในทัศนะของมาสโลว์ ความต้องการของมนุษย์สามารถเรียงลำดับได้ 5 ขั้นดังนี้คือ

1. ความต้องการทางสรีระ (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการเกี่ยวกับการกิน การอยู่ และความสุขสบายทางกายทั้งปวง ซึ่งจัดได้ว่าเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Human basic needs) ที่จะทำให้มนุษย์มีชีวิตอยู่ได้

2. ความต้องการสวัสดิภาพ (Safety or Security needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย ความมั่นคงและหลักประกันในการทำงาน สิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ความกลัวความสูญเสียและภัยอันตรายต่าง ๆ

3. ความต้องการทางสังคม ความรักและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social or Affiliation needs) ได้แก่ ความต้องการมีเพื่อน คนรัก พ่อ แม่ และลูก

4. ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง และความนับถือตนเอง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความภูมิใจในตนเอง และเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น สิ่งที่พบเห็นเป็นปกติก็คือความผิดปกติของพฤติกรรมในกลุ่ม เช่น ความเห็นแก่ตัว ความแตกแยกของกลุ่ม เป็นต้น รากเหง้าของมันก็คือความคับข้องใจ ที่เกิดจากความต้องการทางด้านความนิยมนับถือตนเองที่ไม่ได้รับการตอบสนองนั่นเอง

5. ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง (Self - Actualization) เป็นความต้องการที่จะแสดงออกตามความสามารถของบุคคล (Person's potential) ที่บุคคลนั้นอยากจะเป็น ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสุดยอดของบุคคลที่ไม่ต้องกังวลในเรื่องปากท้อง ความมั่นคงปลอดภัย ความรัก และการยอมรับนับถือตนเองหรือศักดิ์ศรีตนเองอีกต่อไป มนุษย์จะพัฒนาศักยภาพของตนเองเพราะความอยากรู้อยากเห็น อยากสร้างสรรค์ จึงมีความต้องการที่จะพัฒนาไปถึงจุดสุดยอดที่ตนเองมีอยู่อย่างแท้จริง โดยการพัฒนาดังกล่าวย่อมไม่คำนึงถึงประโยชน์ใด ๆ และต้องคำนึงถึงศีลธรรมและมนุษยธรรมเป็นหลักด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

โดยธรรมชาติของมนุษย์ จะมีพลังที่คอยผลักดันให้แสดงพฤติกรรมอยู่ 2 ชนิด คือ พลังที่จะแสวงหาความมั่นคงปลอดภัย พยายามปกป้องตนเองจากภัยอันตราย กลัวการอยู่โดดเดี่ยว ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง และ พลังที่เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลตระหนักถึงความสามารถของตนเองว่าสามารถทำอะไรได้ ทำอะไรไม่ได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นใจในตนเอง ความต้องการอาจเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกันได้ เช่น ขณะที่ความต้องการทางร่างกายยังรับการตอบสนองไม่สมบูรณ์ คนก็อาจต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต ต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียงไปด้วย

1.2 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฟรเดอริค เฮิร์สเบิร์ก (Herzberg 1966)

เฮิร์สเบิร์ก และคณะได้ทำการศึกษาเจตคติต่อการทำงาน ด้วยการสัมภาษณ์นักบัญชี และ วิศวกรจากโรงงานอุตสาหกรรม 11 แห่ง จำนวน 203 คนในเมืองนิวยอร์กได้ข้อสรุปว่า ความพอใจในการทำงานมาจากปัจจัยแตกต่างกัน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยประเภทหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ เรียกว่า ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยตัวกระตุ้น (Motivator factors) และอีกปัจจัย

หนึ่งคือ ทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ เรียกว่า ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 167 - 168)

ปัจจัยอนามัย ได้แก่ นโยบายของบริษัทและการบริหารงาน การบังคับบัญชาหรือการนิเทศ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน เงินรายได้ ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา สถานะและความมั่นคง ปัจจัยเหล่านี้ไม่ใช่เป็นสิ่งจูงใจที่จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น แต่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นเพื่อป้องกันไม่ให้คนเกิดความไม่พอใจในงานที่ทำอยู่เท่านั้นเอง การให้ความสนใจ และการระมัดระวังที่ดีต่อปัจจัยอนามัยเป็นสิ่งจำเป็นแต่ก็ยังเป็นเงื่อนไขที่ไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ในการจูงใจให้คนมีผลผลิตมากขึ้น

ปัจจัยจูงใจ หรือปัจจัยตัวกระตุ้น ส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับงานที่ทำ บุคคลจะถูกกระตุ้นให้เพิ่มผลผลิตเกิดจากปัจจัยนี้ ปัจจัยเหล่านี้คือความสำเร็จ การยอมรับนับถือ ลักษณะของงานโดยตัวของมันเอง ความรับผิดชอบ ความเจริญก้าวหน้าและความเจริญงอกงามในตนเองและในอาชีพ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้คนทำงานมีความรู้สึกในด้านดี มีความพอใจในการทำงาน

ทฤษฎีของเฮิร์สเบิร์กชี้ให้เห็นว่าการปรับปรุง การจูงใจในการทำงานต้องให้ความสนใจปัจจัยจูงใจด้วย เช่น การปรับปรุงลักษณะของงานไม่ให้ซ้ำซ้อน น่าเบื่อหน่าย ทำให้งานมีลักษณะของการท้าทายในตัว เพิ่มโอกาสได้รับความสำเร็จในงานและสร้างความเจริญเติบโตและการพัฒนาส่วนบุคคลให้สูงขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1.3 ทฤษฎี ERG ของเคลตัน แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer 1969)

ได้เสนอว่ามนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน 3 ประการคือ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ 2542 : 184 - 185)

1. ความต้องการอยู่รอด (Existence needs = E) เป็นความต้องการทางชีวภาพ และความต้องการอยู่อย่างมั่นคงปลอดภัย จึงเทียบได้กับความต้องการขั้นที่ 1 และ 2 ของมาสโลว์

2. ความต้องการมีความสัมพันธ์ทางสังคม (Relatedness needs = R) เป็นการต้องการความรัก และการมีส่วนร่วม ต้องการมีเพื่อน มีฐานะเป็นที่ยอมรับจากสังคม เปรียบได้กับความต้องการในขั้นที่ 3 และ 4 ของมาสโลว์

3. ความต้องการเจริญก้าวหน้า (Growth needs = G) เป็นความต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถ และก้าวหน้าจนประสบความสำเร็จในชีวิต เปรียบได้กับความต้องการในขั้นที่ 5 ของมาสโลว์ คือ ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง

ดังนั้นทฤษฎีของแอลเดอร์เฟอร์ ก็คือ ทฤษฎีของมาสโลว์นั่นเอง แตกต่างกันเพียงว่าแอลเดอร์เฟอร์ ไม่ยอมรับเรื่องการตอบสนองความต้องการเป็นลำดับขั้น เขาเสนอว่าการตอบสนองความต้องการทั้ง 3 อย่างนั้นสามารถที่จะเกิดเมื่อไรก็ได้ ไม่จำเป็นต้องตอบสนองตามลำดับขั้น ข้ามไปข้ามมาก็ได้ และนอกจากนั้นความต้องการอาจจะเกิดขึ้นพร้อมกันทีเดียว 2 – 3 ประเภทก็ได้ เช่น ในขณะที่มีความต้องการเงินอย่างมาก เพื่อบำบัดความต้องการให้ตนเองมีชีวิตอยู่ต่อไป คนเรา

อาจมีความต้องการพัฒนาตนเองให้เจริญงอกงาม ดังนั้นบางคนอาจปฏิเสธงานที่มีเงินเดือนเยอะแต่หาเวลาเป็นตัวของตัวเองเพื่อการศึกษาไม่ได้ เพื่อไปทำงานที่มีเงินเดือนน้อยกว่าแต่สามารถปลีกเวลาไปเพิ่มพูนความรู้แก่ตนเองได้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 164)

1.4 การประยุกต์ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการในองค์กร

สำหรับการนำเอาทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการไปประยุกต์ในองค์กร มีหลักการที่สำคัญคือ ต้องจัดบรรยากาศขององค์กรให้เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลที่เป็นสมาชิกได้ เช่น ควรมีการพิจารณาเงินตอบแทนการทำงานที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในการครองชีพ ควรมีสวัสดิการที่ดีเพื่อให้เกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เป็นต้น

การประยุกต์ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์สเบิร์ก ผู้ซึ่งเน้นความสำคัญของการพึงพอใจต่อการทำงานเป็นอย่างมากประสบความสำเร็จในระหว่างทศวรรษที่ 60 เรียกวิธีการที่ประยุกต์นี้ว่า **การทำให้งานมีค่าขึ้น (Job Enrichment)** ซึ่งหมายถึงว่า คนงานจะได้ทำงานที่มีลักษณะที่พวกเขาสามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ทั้งหมด การทำเช่นนี้ไม่เพียงแต่ว่าคนงานจะได้โอกาสทำงานไม่ซ้ำซากเหมือนงานที่มาตามสายพาน (Assembly Line) พวกเขายังได้มีโอกาสรับผิดชอบงานของตนเองอย่างเต็มที่อีกด้วย ดังนั้น เฮิร์สเบิร์กจึงเสนอให้งานมีคุณค่ายิ่งขึ้น โดยยึดปัจจัยจูงใจ (Motivator) เป็นรากฐานในทฤษฎีของเขา (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 165 - 166)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่อำนาจ ใฝ่สัมฤทธิ์ และใฝ่สัมพันธ์

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1961 ศาสตราจารย์เดวิด ซี แมคคลีแลนด์ (David C. McCleland) ได้มีความสนใจศึกษาเรื่องเกี่ยวกับแรงกระตุ้นในความต้องการความสัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจพิเศษเฉพาะของมนุษย์ซึ่งจะแตกต่างกันไปจากแรงจูงใจอื่น ๆ ความสำคัญของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์คือ สามารถแยกออกมาเดี่ยว ๆ ได้ และสามารถกำหนดหรือประเมินกลุ่มใด ๆ ได้เช่นกัน เขาจึงมีความคิดเห็นว่า "สิ่งจูงใจอย่างแรกของมนุษย์คือ ความต้องการความสัมฤทธิ์ผล" (มาโนชญ์ เชี่ยวชาญ ม.ป.ป. : 92)

ดังนั้น ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจทั้ง 3 ประเภทมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 167 - 170)

2.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement)

หมายถึง ความต้องการความสำเร็จที่จะแข่งขันเอาชนะเกณฑ์มาตรฐาน คนที่มีแรงจูงใจชนิดนี้มักชอบคิดที่จะทำงานให้ดีขึ้น ทำงานให้สำเร็จอย่างพิสดาร หาทางก้าวหน้าในอาชีพของตน และมีความรู้สึกพึงพอใจกับการเรียกร้องหาความสำเร็จเสมอ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นี้จึงเหมาะกับนักลงทุน พวกเขาเสาะหาและสนุกและทำได้ดีกับอาชีพธุรกิจ พบว่าพวกที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีลักษณะดังนี้ (สุเทพ สุนทรเภสัช 2518 , อ้างถึงใน สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 167)

กล้าเสี่ยงพอควร (Moderate Risk Taking) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงต้องการใช้ความสามารถ ไม่ใช่โชคช่วย ไม่พอใจทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งไม่ต้องใช้ฝีไม้ลายมือ หากแต่เลือกทำสิ่งที่ยากพอควรเพราะมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และการทำสิ่งที่ยากได้สำเร็จนั้นทำให้ตนเองพอใจ มีการตัดสินใจเด็ดเดี่ยว

ขยันขันแข็ง (Energetic) หรือชอบกระทำสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อันจะทำให้ตนเองรู้สึกได้ว่าประสบความสำเร็จ ผู้ที่มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูงไม่ได้ขยันไปในทุกกรณี เขามักจะมานะพากเพียรเฉพาะสิ่งที่ท้าทายยั่วยุความสามารถของตนเอง และทำให้ตนเองเกิดความรู้สึกว่าได้ทำงานสำคัญสำเร็จลุล่วงไปเท่านั้น ผู้ที่มีความต้องการสัมฤทธิ์สูงไม่ขยันในงานที่เป็นกิจวัตร แต่จะขยันขันแข็งเฉพาะงานที่ต้องใช้สมองขบคิดและงานที่ไม่ซ้ำแบบใครหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่จะแก้ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไป

รับผิดชอบในตนเอง (Individual Responsibility) ผู้ที่มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูง มักพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อความพอใจของตนเอง ไม่ใช่เพื่อหวังให้คนอื่นยกย่องตน และชอบที่จะมีเสรีภาพในการที่จะคิดหรือทำอะไร โดยไม่ชอบให้คนอื่นมาบงการ

ต้องการทราบแน่ชัดว่าการตัดสินใจของตนเองมีผลอย่างไร (Knowledge of Results of Decision) ไม่ใช่เพียงการคาดคะเนเอาว่าเป็นอย่างไร นอกจากนี้ผู้ต้องการสัมฤทธิ์ผลสูงยังพยายามทำให้ดีขึ้นกว่าเดิมเมื่อทราบแน่ชัดว่าการกระทำของตนเกิดผลประการใด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

คาดการณ์ล่วงหน้า (Anticipation of Future Possibility) ผู้มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูงมักจะมีการวางแผนระยะยาว เป็นการเล็งเห็นการไกลในการทำงาน

ความสันทัดในการจัดระบบงาน (Organizational Skills) ข้อนี้ยังไม่มีหลักฐานการค้นคว้าอย่างเพียงพอ แต่แมคคลีแลนด์มีความเห็นว่าเป็นลักษณะที่น่าจะเกิดสมรรถภาพในการทำงานยิ่งขึ้น

2.2 แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Need of Power)

หมายถึงความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น และความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นให้อยู่ในอำนาจของตน คนที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจสูงจะคิดและหาวิธีที่จะได้มาซึ่งอำนาจ หาทางใช้อำนาจและอิทธิพลเอาชนะผู้อื่น และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้อื่น การกระทำเช่นนี้จะทำให้เขาเกิดความรู้สึกพึงพอใจ พฤติกรรมที่จะสังเกตได้ของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจ เช่น การเสนอตัวเข้ารับการเลือกตั้งในทางการเมือง การแผ้วทางเข้าสู่ตำแหน่งในองค์การ เป็นต้น ผลการวิจัยเองก็ปรากฏชัดเจนว่าบรรดาผู้ที่เป็นประธานขององค์การต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจในปริมาณสูงทั้งสิ้น

แรงจูงใจใฝ่อำนาจโดยตัวของมันเองไม่ใช่ปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเขาเพียงอย่างเดียว ความต้องการอย่างอื่นและค่านิยมอื่นเป็นปัจจัยร่วมที่สำคัญเหมือนกัน เช่น คนที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจมากและมีค่านิยมเป็นเผด็จการ ไม่สนใจความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ก็จะมี

พฤติกรรมในแบบเผด็จการ และคนที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจมากแต่ว่ามีความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นได้ดี คนพวกนี้จะแสดงพฤติกรรมออกมาในเชิงของการแนะนำ ชักชวน และโฆษณาให้คนอื่นเห็น และปฏิบัติตามการชักชวนของตน ตัวอย่างคนพวกนี้ได้แก่ พวกอาสาสมัครสันติภาพอเมริกัน มิชชันนารี ฯลฯ เป็นต้น

2.3 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Need for Affiliation)

หมายถึงความต้องการการอบอุ่นใจจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะมีพฤติกรรมออกมาในลักษณะชอบการสนทนา ชอบงานเลี้ยง อาชีพที่เหมาะกับคนประเภทนี้ได้แก่ ครู พยาบาล นักแนะแนว หรืองานเกี่ยวกับการแนะนำผู้อื่น เพราะคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมักจะให้ความสนใจแก่การให้การสนับสนุนทางอารมณ์แก่ผู้อื่น เช่น การปลอบใจ เป็นต้น แต่คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง ไม่เหมาะกับอาชีพนักธุรกิจ และไม่ควรทำหน้าที่ผู้บริหารที่ต้องตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม นักบริหารก็ควรมีความสนใจเอาใจใส่ความรู้สึกของผู้อื่นบ้างเล็กน้อย เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายข้างกับลูกข้าง และ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นด้วย

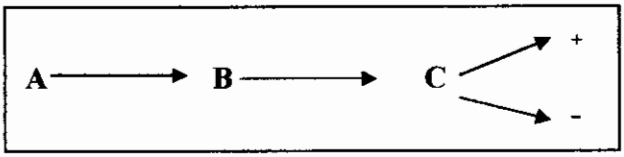
2.4 การประยุกต์ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในองค์การ

ภาวะแห่งการตื่นตัวที่จะทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นอยู่กับการคาดหวังว่า (Perceived Expectancy) การกระทำนั้นจะบรรลุเป้าหมายที่ตนมีอยู่ และเป้าหมายนั้นมีค่าสำหรับตน (Perceived Incentive Value) ดังนั้นจึงควรจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานให้กระตุ้นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ขึ้นมา นั่นคือระบบการให้แรงเสริมในองค์การ จะต้องเป็นแรงเสริมที่คนทำงานเห็นว่ามีค่าสำหรับตนเอง เพราะแรงเสริมนี้จะเป็นเป้าหมายของพฤติกรรม บริษัทต่าง ๆ ในปัจจุบันได้จัดรูปแบบการเสริมแรงในลักษณะที่เป็นแหล่งรวม คือ ผู้ที่ทำงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ก็จะมีสิทธิ์ที่จะเลือกแรงเสริมหรือรางวัลเอาเองจากรายการทั้งหมด เรียกว่า เป็น Cafeteria Style ดังนั้น ถ้าหากคนเราคาดหวังสิ่งที่ตนจะกระทำนั้น ตนเองสามารถทำได้ด้วยความสามารถที่ตนเองมีอยู่ เขาก็อยากจะทำมัน แต่ถ้าการกระทำนั้นยากเกินไป ก็จะไม่อยากทำ ด้วยเหตุนี้การที่จะทำให้กระทำพฤติกรรมอะไรจำเป็นที่จะต้องตั้งระดับความยากง่ายของสิ่งที่จะให้ทำต้องอยู่ในความสามารถของเขาด้วย

3. ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

นักจิตวิทยาฝ่ายพฤติกรรมนิยมเป็นผู้เสนอทฤษฎี พวกเขามีความเชื่อว่า ผลกรรมของพฤติกรรมที่ผ่านมาในอดีตเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมนั้นในอนาคต ต้องจำแนกเป็น 2 กรณี อันเนื่องมาจากผลกรรมที่น่าพึงพอใจ และผลกรรมนั้นไม่น่าพึงพอใจ โดยพิจารณาจากแผนภาพดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 170 - 177)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์



แผนภูมิที่ 5 แสดงแผนภูมิทฤษฎีการเสริมแรง

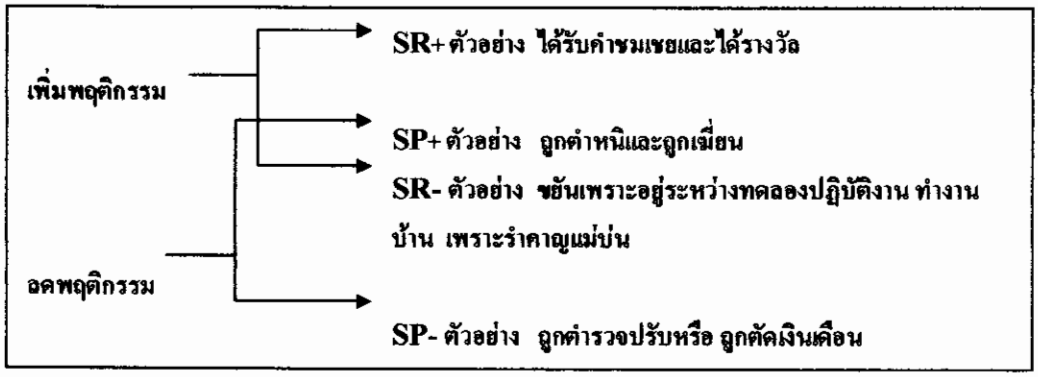
ที่มา: สิทธิโชค วรานุสันติกูล, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์ (กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546), 170.

A คือ Antecedent ได้แก่ สิ่งเร้าหรือสัญญาณที่มากระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม

B คือ Behavior หรือ พฤติกรรมที่ตอบสนองต่อ A

C คือ Consequence ได้แก่ ผลของพฤติกรรมหรือผลกรรม ถ้าทำให้เกิดความพึงพอใจ ก็คือ C + (Positive Consequence) ถ้าทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ คือ C - (Negative Consequence)

พฤติกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลของพฤติกรรมทั้งสิ้น และผลกรรมที่ถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผลกรรมที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (Positive Consequence) และผลกรรมที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Negative Consequence) นี้แท้ที่จริงแล้วก็คือ การได้รับการเสริมแรงและการถูกลงโทษนั่นเอง การได้รับการเสริมแรงหรือผลกรรมที่พึงพอใจมีอยู่ 2 ประเภท ซึ่งทำให้ความน่าจะเป็นพฤติกรรม (ซึ่งเกิดขึ้นก่อนได้รับการเสริมแรง) นั้นจะถูกแสดงอีกมีเพิ่มขึ้น และในทำนองตรงกันข้ามก็มีผลกรรมที่ไม่พึงพอใจ 2 ประเภท ซึ่งจะทำให้ความน่าจะเป็นที่พฤติกรรม (ซึ่งเกิดขึ้นและหยุดก่อนหน้าที่จะถูลงโทษ) นั้นจะลดลงหรือหยุดไปมีมากขึ้น ดังแผนภาพ



แผนภูมิที่ 6 แสดงประเภทของผลกรรม

ที่มา: สิทธิโชค วรานุสันติกูล, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์ (กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546), 172.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากรูปอธิบายได้ว่า

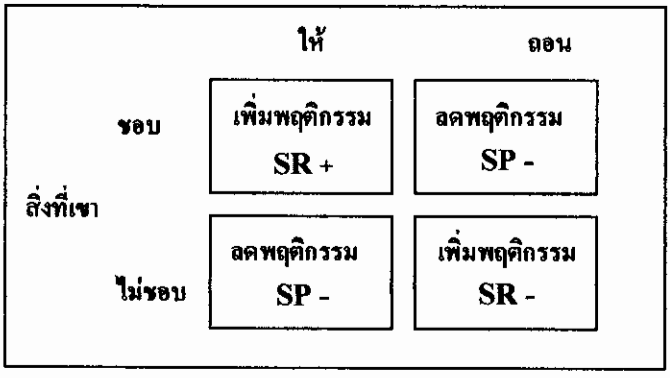
1. การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement ; SR+) คือการให้สิ่งที่ผู้แสดงพฤติกรรมชอบให้แก่เขาทันทีภายหลังจากที่เกิดพฤติกรรม ความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้นอีกก็จะสูงขึ้น เช่น ทำงานประสบความสำเร็จ ได้รางวัลหรือคำชมเชย เป็นต้น

2. การเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement ; SR-) คือการยกเลิกหรือถอนผลกรรมที่ผู้แสดงพฤติกรรมนั้นไม่ชอบออกไปทันทีภายหลังจากที่พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น ความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้นอีกจะมีมากเมื่อมีเงื่อนไขอย่างเดิมเกิดขึ้นอีก เพราะว่าการทำพฤติกรรมอย่างนั้นแล้วตนเองพึงพอใจที่ผลกรรมไม่พึงปรารถนาหายไป เช่น ฤดูร้อนเป็นเงื่อนไขที่เพิ่มพฤติกรรมไปเที่ยวตามชายทะเลหรือศูนย์การค้ามากกว่าฤดูอื่น เป็นต้น นอกจากนี้การกระทำพฤติกรรมบางอย่างเพื่อป้องกันไม่ให้ผลกรรมที่ไม่พึงปรารถนาเกิดขึ้น เช่น หัวหน้าชอบดุด่าพนักงาน นานเข้าพนักงานจะรีบทำงานเพื่อป้องกันไม่ให้หัวหน้างานดุด่า โดยไม่ใส่ใจในคุณภาพงานที่ทำ เขาจะพึงพอใจแค่นั้น จะไม่ทำงานให้มากหรือมีคุณภาพดีขึ้น

3. การลงโทษ (Punishment ; SP+) คือการให้สิ่งที่ผู้แสดงพฤติกรรมไม่ชอบแก่เขาทันทีภายหลังที่พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น ความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมนั้นจะหยุดหรือลดลงก็มีมากขึ้น เช่น ขับรถฝ่าไฟแดงแล้วถูกจับ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

4. การหยุดให้สิ่งที่พึงพอใจ (Extinction ; SP-) คือการถอดถอนสิ่งที่ผู้แสดงพฤติกรรมชอบออกไปทันทีภายหลังจากที่พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น ความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมนั้นจะลดลงหรือหยุดไปมีมากขึ้น เช่น ทำความผิดทางวินัยแล้วถูกตัดเงินเดือน 10 % เป็นต้น คนเราย่อมไม่อยากทำพฤติกรรมนั้นอีก เพราะรู้ว่าตนเองจะต้องสูญเสียสิ่งที่ตนเองชอบไปเป็นการแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองไม่พึงพอใจ (Negative Consequence) สรุปได้ดังแผนภูมิดังนี้



แผนภูมิที่ 7 แสดงวิธีการให้ผลกรรมเพื่อเพิ่มหรือลดพฤติกรรม

ที่มา : สิทธิโชค วรานุสันติกูล, จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์ (กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546), 173.

สำหรับการประยุกต์ทฤษฎีการเสริมแรงไปใช้ในองค์กร แนวทางการใช้ทฤษฎีนี้จูงใจให้บุคคลกระทำพฤติกรรมมีง่าย ๆ ดังนี้

1. เป้าหมายเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมว่าจะให้เขาทำอะไร ควรระบุให้ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง

2. จัดให้มีสิ่งกระตุ้นให้พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น

3. เมื่อพฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น ต้องให้แรงเสริมแก่เขาทันที

4. ต้องขจัดพฤติกรรมอื่นซึ่งเป็นคู่แข่งของพฤติกรรมที่เราต้องการ ด้วยการให้ผลกรรมที่เป็นเงื่อนไขการลงโทษแก่พฤติกรรมเหล่านั้น

สรุปได้ว่า ถ้าเราต้องการให้ผู้ใดกระทำพฤติกรรมซึ่งเราเห็นว่าอยากจะให้ทำอย่างนั้นอีก เราต้องให้สิ่งที่เขาชอบ หรือถอนสิ่งที่เขาไม่ชอบภายหลังจากที่เขาทำพฤติกรรมที่ต้องการ ถ้าทำเช่นนี้แล้วโอกาสที่เขาจะทำพฤติกรรมนี้อีกในอนาคตก็จะเกิดขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าเราต้องการให้ผู้ใดกระทำพฤติกรรมซึ่งเราเห็นว่าไม่ดี เราต้องให้สิ่งที่เขาไม่ชอบ หรือถอนสิ่งที่เขาชอบภายหลังจากการกระทำของเขาเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด ถ้าทำเช่นนี้แล้วโอกาสที่เขาจะไม่ทำพฤติกรรมเช่นนี้ในอนาคตก็จะเกิดขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

4. ทฤษฎีแห่งการคาดหวัง (The Expectancy Theory)

นักจิตวิทยากลุ่มปัญญานิยม (Cognitivism) เชื่อว่า มนุษย์เป็นสัตว์โลกที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเองด้วยความเชื่อเช่นนี้จึงเกิดมีคติฐาน (Assumption) ดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 177 - 180)

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้นโดยผลรวมของแรงผลักดันภายในตัวเอง และแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม

2. มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการ มีความปรารถนา และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

3. บุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรมโดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง สิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือกได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่จะได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้น

จากคติฐานดังกล่าว นักจิตวิทยากลุ่มหนึ่งนำโดยวิคเตอร์ รูม (Vroom 1964) ได้เสนอทฤษฎีที่ควรต้องทำความเข้าใจอยู่ 3 ประการคือ

4.1 การคาดหวังว่าถ้าพยายามแล้วจะทำได้ (Effort – Performance Expectancy) คือการที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าถ้าหากตนเองลงมือแสดงพฤติกรรมอย่างเต็มที่สุดความสามารถแล้วจะมีโอกาสหรือความน่าจะเป็นสูงมากหรือน้อยเพียงใดก็จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จ

4.2 การคาดหวังว่ากระทำแล้วจะได้ผลลัพธ์ (Performance – Outcome Expectancy) คือ การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมว่า ถ้าหากเขาจะกระทำพฤติกรรมนั้นได้แล้ว จะเกิดผลลัพธ์ที่เป็นผลดีหรือผลเสียอย่างไรกับตัวเขา

4.3 ค่าของผลลัพธ์ (Valence) คือ คุณค่าหรือความตั้งใจที่ผลลัพธ์มีต่อบุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกไป เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น แต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันต่อผลลัพธ์เดียวกัน

จากคติฐาน 3 ประการ กล่าวเป็นทฤษฎีได้ว่า "การจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมจะมีโอกาสประสบผลสำเร็จ ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าพฤติกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์และผลลัพธ์นั้นมีค่าสูงสำหรับเขา และเขาเชื่อว่าตัวเขามีความสามารถอยู่ในระดับที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นได้"

การประยุกต์ทฤษฎีการคาดหวังในองค์กร ระบบการจูงใจในองค์กรธุรกิจมีมากมายหลักเกณฑ์สำคัญที่ควรคำนึงถึง เช่น ต้องรู้ว่าพนักงานในองค์กรอยากได้รางวัลอะไร เพราะรางวัลสูงค่าในสายตาคนบางคนอาจไม่ค่อยจูงใจนัก กำหนดพฤติกรรมหรือการปฏิบัติงานที่พึงประสงค์ ตรวจสอบให้ดีว่าการปฏิบัติงานที่องค์กรต้องการให้พนักงานทำนั้นเป็นสิ่งที่พวกเขาทำได้ ทฤษฎีการคาดหวังเน้นว่า คนเราต้องเชื่อว่าเขามีความสามารถที่จะทำงานนั้นได้เขาถึงจะทำ วิเคราะห์ดูว่ามีความขัดแย้งระหว่างการคาดหวังนั้นหรือไม่ ตรวจสอบระบบว่ามีความเป็นธรรมหรือไม่ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

5. ทฤษฎียุติธรรม (Equity Theory)

เสนอว่า ตัวกำหนดให้บุคคลมีความพยายามที่จะทำงาน ปฏิบัติงานอย่างจริงจัง และพอใจในงานของตนหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความยุติธรรมที่ได้รับผลตอบแทนจากการทำงาน ความยุติธรรมที่ว่านี้คืออัตราส่วนระหว่างสิ่งป้อนเข้า (Input) ที่บุคคลใส่เข้าไปในกระบวนการทำงาน (Output) ที่บุคคลได้รับตอบแทนออกมาหลังจากปฏิบัติงานไปแล้ว เปรียบเทียบอัตราเดียวกันนี้กับบุคคลอื่น โดยมีดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 180 - 181)

คติฐาน (Assumption) 2 ประการที่เป็นรากฐานของทฤษฎีนี้คือ

1. เมื่อเกิดความอยุติธรรมขึ้น บุคคลจะเกิดความเครียดตามมา

2. เมื่อเกิดความเครียดขึ้น บุคคลต้องหาทางลดความเครียดเพื่อที่จะทำให้ร่างกายเข้าสู่ภาวะปกติ

วิธีการลดความเครียดมีหลายวิธี เช่น

1. เปลี่ยนแปลงระดับของสิ่งป้อนเข้า (Input) คือลดแรงหรือทำงานให้น้อยลงเมื่อพบว่าตนเองได้ผลลัพธ์ (Output) น้อย หรือเพิ่มแรงให้มากขึ้นเมื่อเห็นว่าได้ผลลัพธ์มากกว่าผู้อื่น

2. เปลี่ยนแปลงระดับของผลลัพธ์ (Output) ให้มากขึ้นเมื่อพบว่าตนเองได้ผลลัพธ์น้อย หรือผลลัพธ์น้อยลงเมื่อเห็นว่าตนเองได้ผลลัพธ์มากแล้ว

3. บุคคลอาจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงการป้อนเข้าได้ด้วยตนเอง จึงต้องใช้วิธีบิดเบือนการรับรู้ คือคิดเอาเองว่าตนเองยังทำงานไม่มากพอจึงได้ผลลัพธ์ออกมาน้อย หรืออาจคิดว่าผลลัพธ์ที่ได้นี้ก็เพียงพอกับแรงงานที่ลงไปแล้ว

4. บุคคลถอยหนีจากสถานการณ์ไป เมื่อพบว่าตนเองไม่ได้รับความเป็นธรรมจากหน่วยงาน หรือ ตนเองทำงานมากกว่าผู้อื่น แต่ผลลัพธ์ที่ได้น้อยกว่าผู้อื่น อาจจะหนีโดยการลาออกไปทำงานที่อื่นซึ่งมีความยุติธรรมมากกว่า

ทฤษฎีนี้ใช้อธิบายปรากฏการณ์ในวงราชการได้ เช่น หลังเดือนตุลาคม มีการให้ข้าราชการคนได้รับบำเหน็จ 2 ขั้น ซึ่งข้าราชการที่คิดว่าตนเองได้ทุ่มเทแรงงานให้แก่งานมาก แต่ไม่ได้ 2 ขั้น เมื่อไม่เห็นความยุติธรรมเช่นนี้ เขาจึงเกิดความเครียด อาจจะลดความเครียดด้วยวิธีการ เช่น การขอย้ายไปอยู่ที่หน่วยงานอื่น อาจจะลดสิ่งป้อนเข้า เช่น ทุ่มเทให้กับงานน้อยลง หรือคิดว่าได้เท่านี้ก็ดีแล้ว เป็นต้น

6. ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal – Setting Theory)

ทฤษฎีนี้เสนอโดยล็อค (Locke 1968) เสนอว่า "บุคคลกระทำพฤติกรรมตามเป้าหมายและความตั้งใจของตน" ล็อคและคณะได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมาย ผลการวิจัยดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกูล 2546 : 181 - 182)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การให้เป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงทำให้บุคคลทำงานได้ดีและมีงานมากกว่าเป้าหมายที่คลุมเครือ เช่น ทำให้ดีที่สุด ทำให้เร็วที่สุดก็แล้วกัน

การตั้งเป้าหมายที่ยากแก่การบรรลุถึง (แต่มีความเป็นไปได้) ทำให้บุคคลทำงานได้ดีกว่าเป้าหมายง่าย ๆ

การให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมาย มีแนวโน้มส่งผลให้ผู้ร่วมงานทำงานได้ผลงานสูง

การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) แก่การบรรลุเป้าหมายของการทำงาน ทำให้คนงานทำงานได้ผลดี

ดังนั้น การประยุกต์ทฤษฎีเพื่อการนำไปใช้ในองค์กร มีสิ่งที่ควรคำนึงถึง เช่น คนงานควรจะรับการสั่งงานที่กำหนดเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ควรตรวจสอบเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่ายากเกินที่จะทำสำเร็จหรือไม่ ควรตั้งเป้าหมายที่ท้าทายคนทำงานอย่าให้ง่ายเกินไป เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายร่วมกัน และควรมีการประเมินความก้าวหน้าโดยยึดเอาเป้าหมายเป็นหลักของการประเมิน เป็นต้น

7. ทฤษฎีของเทย์เลอร์ (Taylor 1911)

เฟรเดอริค เทย์เลอร์ (Frederick W. Taylor) บิดาของการจัดการทางวิทยาศาสตร์ เสนอหลักการจูงใจคนทำงานที่เรียกว่า "การจัดการทางวิทยาศาสตร์(Scientific Management)" คือ ระบบของการให้ผลตอบแทนในระยะนั้น ไม่ได้เป็นระบบของการให้ผลตอบแทนที่กำหนดขึ้นมาสำหรับบุคคลที่มีผลผลิตสูง (คนงานที่มีผลผลิตสูงได้รับค่าตอบแทน เท่ากับคนงานที่มีผลผลิตต่ำ) เทย์เลอร์ จึงเชื่อว่า ถ้าคนงานที่มีผลผลิตสูงเห็นว่าผลตอบแทนของเขาเท่ากับคนงานที่มีผลผลิตต่ำแล้ว คนงานที่มีผลผลิตสูงก็จะลดการผลิตของเขาลงทันที โดยทฤษฎีของเขาตั้งอยู่บนสมมติฐานที่เกี่ยวกับบุคคลในที่ทำงาน ดังนี้คือ ปัญหาของความไม่มีประสิทธิภาพจะเป็นปัญหาอย่างหนึ่งของฝ่ายบริหาร ไม่ใช่ปัญหาของคนงาน คนงานจะมีความรู้สึกในทางที่ผิด กรณีว่า ถ้าเขาทำงานรวดเร็วเกินไป พวกเขาจะกลายเป็นคนว่างงาน คนงานมีแนวโน้มธรรมชาติที่จะทำงานโดยไม่ใช้ความสามารถเต็มที่ หน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร คือ หาคนงานให้เหมาะสมกับงานอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และทำการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด และ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานควรเกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบของผลตอบแทน หรือ การจ่ายผลตอบแทน (Kast and Rosenzwing 1970 : 12 , อ้างถึงใน ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 172 - 173)

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของเทย์เลอร์มีข้อเสียคือ การมีทัศนะเกี่ยวกับคนงานทุกคนว่าเป็นคนเกียจคร้าน จึงต้องมีการบังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด และถูกจูงใจด้วยเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นทัศนะที่ไม่ถูกต้อง คนงานควรจะถูกจูงใจให้ปฏิบัติงานด้วยปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายอย่าง เช่น ความสำเร็จ การยกย่องนับถือ ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน โอกาสการพัฒนาและความเจริญส่วนบุคคล เป็นต้น

8. ทฤษฎีของแมคเกรเกอร์ (McGregor 1960)

ดักลาส แมคเกรเกอร์ (Douglas McGregor) ได้เสนอทฤษฎีการจูงใจ เรียกว่า ทฤษฎี X และ ทฤษฎี Y คือ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 173 - 174)

ทฤษฎี X เป็นแนวทางในสมัยเดิมที่มีสมมติฐานว่า โดยพื้นฐานแล้วคนจะมีลักษณะเกียจคร้าน และหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการบังคับบัญชาให้ทำงาน

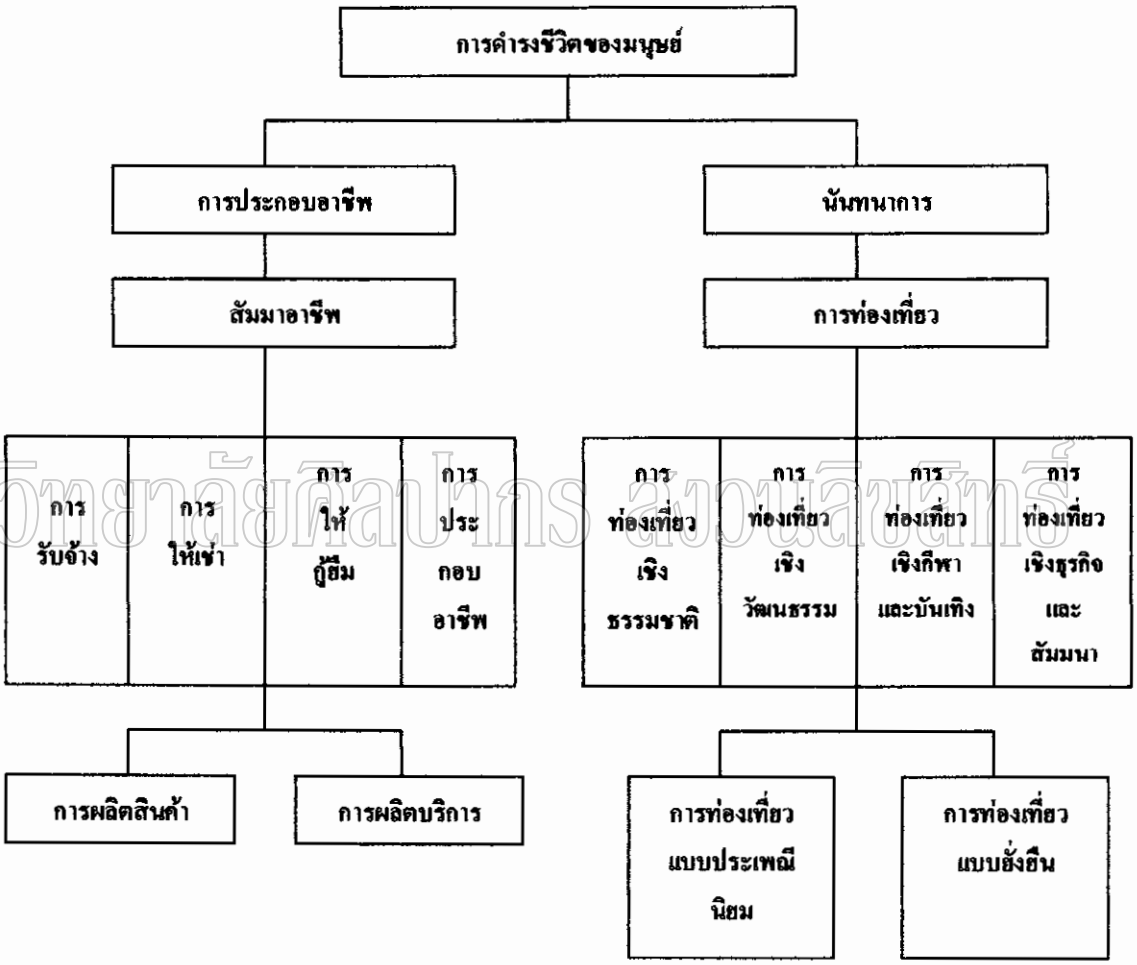
ทฤษฎี Y เป็นทฤษฎีในแนวทางสมัยใหม่มีสมมติฐานว่า โดยพื้นฐานแล้วคนมีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือสนับสนุน มีความขยันหมั่นเพียร และมีความรับผิดชอบ

นอกจากนี้ แมคเกรเกอร์ยังมีความเชื่อว่า งานก็เหมือนกับการเล่นหรือการพักผ่อนที่สามารถจะตอบสนองความต้องการของคนได้ ทั้งงานและการเล่นเป็นกิจกรรมที่ใช้สมองและร่างกายเหมือน ๆ กัน จะเห็นว่า ทฤษฎี Y จะมีความเหมาะสมกับคนที่อยู่ในสังคมประชาธิปไตยที่มีระดับการศึกษา และมาตรฐานการครองชีพสูง มีโอกาสแสวงหางานและประสบการณ์ให้กับตนเองได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งตอบสนองความต้องการด้านความมีชื่อเสียง และความสมหวังในชีวิตของผู้ใต้บังคับบัญชาได้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

การดำรงชีวิตของมนุษย์จำเป็นต้องมีทั้งการประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงชีพ ควบคู่ไปกับการนันทนาการ เนื่องจากการประกอบอาชีพของมนุษย์ก่อให้เกิดความตึงเครียด จึงต้องมีการนันทนาการเพื่อความผ่อนคลายความเครียดในยามว่าง ซึ่งนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่นิยมกันมากคือการท่องเที่ยว ดังแผนภาพ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 2)



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แผนภูมิที่ 8 แสดงการดำรงชีวิตมนุษย์กับการท่องเที่ยว

ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย (กรุงเทพฯ : ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2548), 2.

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีรากฐานเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาและสังคมวิทยา ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง หมายความรวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ การศึกษา สุขภาพ ศาสนา การเมือง และปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะเป็นการเดินทางเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เช่น ความต้องการพบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง การทำกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นการเดินทางเพื่อเติมเต็มความต้องการส่วนบุคคล การเดินทางเพื่อการติดต่อทางสังคม การเดินทางเพื่อค่านิยมทางสังคม เป็นต้น (Gee, Makens and Choy 1989 : 50 - 55)

ดังนั้น **แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation)** หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่นั้น จะมีแรงจูงใจ(Motivation) ที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ (McIntosh and Goeldner 1986 : 124 – 125)

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพร่างกาย การเล่นกีฬา การทำกิจกรรมตามชายหาด การพักผ่อนหย่อนใจด้วยการบันเทิง เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมการกีฬา เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น รวมทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ และศาสนา เป็นต้น

3. แรงจูงใจด้านส่วนตัว (Interpersonal Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การต้องการรู้จักเพื่อนใหม่ ๆ เป็นต้น

4. แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นการยกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เพื่อเป็นการให้ตนเองมีความสำคัญ เช่น การเดินทางไปเข้าร่วมประชุม การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ดังนั้น แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ (สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ 2544 : 67 - 68)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว (Energizers of Demand)
2. สิ่งกลั่นกรองความต้องการ (Filterers of Demand)
3. สิ่งกระทบ (Affecters)
4. บทบาทของนักท่องเที่ยว (Roles)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว (Energizers of Demand) หมายถึง ความน่าสนใจของสิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งชักนำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ดังกล่าว หรือช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น วันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดพักผ่อนประจำปี เป็นต้น

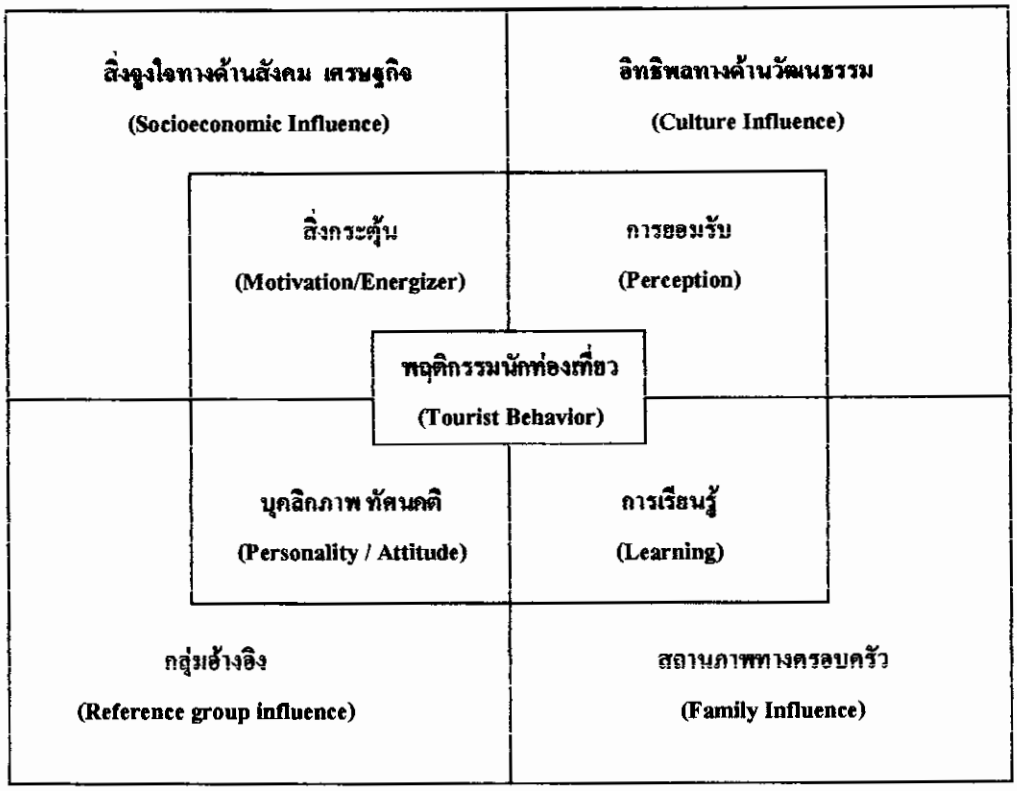
2. สิ่งกลั่นกรองความต้องการ (Filterers of Demand) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการทางการท่องเที่ยวถูกระงับ หรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต้องการในการเดินทางน้อยลง อันได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้ที่คงเดิม ความเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน ปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง (Reference group) ทัศนคติทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว ความคิดเห็น และการยอมรับความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

3. สิ่งกระทบ (Affecters) หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ ทัศนคติ และมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว (Roles) หมายถึง สภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปในสถานการณ์ หรือในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ หรือรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา นักท่องเที่ยวที่เป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ห้องสมุดศิลปากร

ความต้องการในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น มีความต้องการ และ ความปรารถนาที่จะหลีกหนีจากสิ่งที่เป็นอยู่ มีความต้องการที่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือเกิดจากข้อจำกัดทางด้านเวลา สถานภาพทางเศรษฐกิจ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น แต่สิ่งที่เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ใช่ตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทุกคน เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีทัศนคติ (Attitude) การยอมรับ (Perception) ที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและการยอมรับของนักท่องเที่ยวแต่ละคนไม่ใช่สิ่งที่จะบอกได้ว่า อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Motivation) ที่แตกต่างกันออกไป



แผนภูมิที่ 9 แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ที่มา : สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ, เอกสารประกอบการสอนวิชา 963 214 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ขอนแก่น : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544), 68.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แรงจูงใจในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไร และคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างไร เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยดึง (Pull Factor) และปัจจัยผลัก (Push Factor) มีรายละเอียดดังนี้ (ไชยยงค์ เจริญเมือง และนุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย , อ้างถึงใน สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ 2544 : 72 - 73)

1. ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล ซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) ประเทศที่มีสภาพเศรษฐกิจดีจะเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการซื้อสูง (High purchasing power) และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มาก

1.2 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) ซึ่งนักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) เสนอข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ว่า "คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มี หรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี" ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มี

ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากของตน เป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือหาสิ่งที่ชดเชยที่ตนไม่มี ปัจจัยทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศ หรือท้องถิ่นของตนเอง

1.3 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Social – cultural factor) รูปแบบวัฒนธรรม และบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคม จะกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคม และเป็นปัจจัยที่สามารถเป็นสิ่งดึงดูดให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้

1.4 ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) ประเทศที่มีสภาวะทางการเมืองมั่นคง จะเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมาประเทศตนได้

1.5 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้การเดินทางเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และช่วยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ด้วย

1.6 สื่อ (Media) จะช่วยถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทาง การท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข้อมูลปรากฏบนสื่อในด้านที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้

2. ปัจจัยผลัก (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึกความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง โดย Abraham H. Maslow (1954) กล่าวว่า "คนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง" ดังนั้นความต้องการที่แตกต่างจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่จะกำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการตอบสนองทางกาย (Physiological Need) เช่น ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด ต้องการความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน ความบันเทิง เป็นต้น

2.2 นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งที่ทำให้รู้สึกปลอดภัยและมั่นคง (Safety Need) เช่น ความปลอดภัยในการเดินทาง ที่พัก การบริการที่ซื่อสัตย์ มีความจริงใจ เป็นต้น

2.3 นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งที่แสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้น ๆ (Social Need and Esteem Need) เช่น มีความคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับตนเอง คาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ของตนได้ เป็นต้น

2.4 นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง (Esteem Need) เช่น การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากสถานที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้น

2.5 นักท่องเที่ยวต้องการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตนเอง (Self – actualization Need) เช่น การเดินทางเพื่อสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วยตนเอง

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น ได้แก่ (สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ 2544 : 92 - 93)

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อต้องการหลีกพ้นจากความเครียดจากการทำงาน หรือปัญหาความยุ่งยากต่าง ๆ เพื่อต้องการหาความสงบ เพื่อรักษาสุขภาพ เช่น อาบน้ำแร่รักษาโรค เป็นต้น เพื่อเล่นกีฬา ว่ายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ เพื่อการซื้อของ เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และเพื่อการพักผ่อนจิตใจตนเองด้วย จากตัวอย่างสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ในปี 1996 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนในวันหยุดมีจำนวนถึง ร้อยละ 87.49 ดังนั้นแรงจูงใจด้านกายภาพจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural / Personal Education Motives) ได้แก่ แรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น ต้องการศึกษาหาความรู้ อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน มีความสนใจอยากรู้เรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่ต่างๆที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี สนใจเรื่องธรรมชาติ สนใจว่าชาติอื่น ๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco - Tourism) เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social / Interpersonal / Ethnic Motives) ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปพบปะเยี่ยมญาติ หรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด เดินทางไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบปะหรือรู้จักกับมิตรใหม่ อาจแตกต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมกับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ เป็นการชั่วคราว เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประทับใจลักษณะอุปนิสัยของคนไทยในเรื่องความเป็นมิตรไมตรีน่ารัก มีมารยาท การยิ้ม และการมีความเอื้ออาทรต่อกัน สิ่งเหล่านี้ก็นับว่าเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางเพื่อไปทำความรู้จักกันได้ เป็นต้น

4. แรงจูงใจทางด้านการงานและธุรกิจ (Business / Work Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าร่วมประชุม สัมมนา เป็นการเดินทางไปเที่ยวโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวกีฬาฟุตบอลโลก หรือ กีฬานานาชาติ การติดต่อธุรกิจจะมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาเกี่ยวข้องด้วย การได้พบปะพูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ต่าง ๆ ก็ย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน และหลังการประชุม (Pre and Post Tour) เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติโลก เป็นต้น

5. แรงจูงใจในด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก (Theme parks) สถานที่บันเทิงต่าง ๆ การได้ดูกีฬา และกิจกรรมบันเทิงซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น การแสดง แสง สี เสียงในเทศกาลต่าง ๆ ขบวนพาเหรดรถบุปผาชาติ การแสดงบันเทิงต่าง การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง ซึ่งการแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีความหลากหลาย นอกจากนั้นการได้ดูชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในปัจจุบันชื่นชอบ การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ให้ยั่งยืน จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวต่อไปและยังเป็นปัจจัยส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา (Religious Motives) ได้แก่ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีความสำคัญทางศาสนาต่าง ๆ การได้มีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ การทำบุญทำทาน การบริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือว่าเป็นการพักผ่อนทางจิตใจด้วย

7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) ได้แก่ เป็นการเดินทางซึ่งในบางครั้งเป็นการสร้างชื่อเสียง และเกียรติภูมิของตนเองให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา การติดต่อธุระ การศึกษาต่อในต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมที่ดีขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

นอกจากนี้ การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งอาจไม่ได้เกิดขึ้นจากแรงจูงใจเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลาย ๆ อย่างผสมกัน เช่น การเดินทางไปศึกษาหาความรู้และมีโอกาสได้ไปรักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน การเดินทางไปประชุมสัมมนาและมีโอกาสได้ไปศึกษาธรรมะในเวลาเดียวกัน เป็นต้น ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งหนึ่ง ๆ จึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุดในการเดินทางครั้งนั้น

5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิคม ประเมโท (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท และส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากับครอบครัว นิยมพักแรมในตัวจังหวัดอุดรธานีมากที่สุด รองลงมาพักแรมในโรงแรม และนิยมท่องเที่ยวในฤดูหนาวมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เลือกมาที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามลำดับ

3. นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยที่จูงใจให้เข้ามาท่องเที่ยวอันดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทบริการนำเที่ยวให้เลือกมากมาย ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

สุชาดา นิ่มหิรัญวงศ์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในระดับน้อย

จารุวรรณ แสงจันทร์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับสูง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี คือ

2.1 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

2.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีผลต่อพฤติกรรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3. ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน คือ นักท่องเที่ยว มีโอกาสเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมน้อย นักท่องเที่ยวบางคนขาดจิตสำนึกในการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ชุมชน ขาดงบประมาณและบุคลากรในการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้เจ้าหน้าที่และประชาชนในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ จึงทำให้ขาดข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

สุภา นาแซง (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามรายได้และระดับการศึกษา และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ และด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ จูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีระดับการจูงใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเดินทางไปจังหวัดอื่นได้ง่าย มีการคมนาคมสะดวกปลอดภัย มีสถานที่พักค้างแรม สะดวกปลอดภัย มีบริการด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีปัจจัยโดยรวมและในด้านต่าง ๆ จูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่าเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวจูงใจในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยโดยรวม และในด้านต่าง ๆ (ยกเว้นการสื่อสาร) เป็นปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวจูงใจในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาอื่น ๆ

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักชั่วคราวในประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเพสรสน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ภาครัฐควรส่งเสริมสร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รู้จักประเทศไทยมากขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมาเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 28 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยว จำนวน 2 – 3 ครั้ง มักจะเดินทางในช่วงเดือนกรกฎาคม – กันยายน โดยมากับกลุ่มเพื่อนจำนวน 1 – 5 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน เหตุจูงใจในการเดินทางมาจากเพื่อนหรือญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการกลับมาเที่ยวใหม่ และมีเหตุจูงใจในการเดินทางกลับมาเนื่องจากความสวยงามของสถานที่

3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

สรุป

การศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยศึกษาในกรอบเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ การจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความต้องการในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวจะมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวจะมีข้อจำกัดของแต่ละบุคคล โดยอาจจะเป็นเรื่องของเวลา หรือ สถานภาพทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน เป็นต้น

จากทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของอับบราฮัม มาสโลว์ (Maslow 1954) จะพบว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการเกิดขึ้นเสมอ และ มีลักษณะเป็นสากล ความต้องการที่แตกต่างกันจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการตอบสนองทางกาย เช่น ความสะดวกสบาย การผ่อนคลายความเครียด เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งที่ทำให้รู้สึกมั่นคงปลอดภัย เช่น ความปลอดภัยในการเดินทางและที่พัก เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการการเป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น มีความคาดหวังให้ ผู้บริการให้ความสำคัญกับตนเอง เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรี เช่น การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวต้องการความสำเร็จของตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น และทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) ของแมคอินทอช และโกเอลเนอร์ (McIntosh and Goeldner 1986) การเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไปแล้วจะมีแรงจูงใจที่สำคัญอยู่ 4 ด้านคือ แรงจูงใจทางด้านกายภาพ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจทางด้านส่วนตัว แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า สิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งนั้น ๆ ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายในการเดินทาง การบริการต่าง ๆ การมีสิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ของศิริพันธุ์ รักเรียนรบ ทำให้ผู้ศึกษากำหนดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว 6 ด้าน ดังนี้คือ

ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ มีเรื่องราวและ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีความสำคัญทางด้านโบราณคดี มีรูปแบบศิลปกรรม และสถาปัตยกรรม สมัยทวาราวดีที่ทรงคุณค่า มีศิลปะและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีแหล่งโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ มีร้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องสุขา ที่จอดรถ ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น ที่นั่งพักผ่อน ถังขยะ เป็นต้น

ด้านการบริการ ได้แก่ การให้บริการของบุคลากร เจ้าหน้าที่ การสอบถามข้อมูลการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดให้มีคู่มือนำชมแผ่นป้าย สัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ การจัดทำหนังสือ แผ่นพับ โบร์ชัว สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ด้านการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางมีความสะดวกสบาย มีความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม มีแผ่นป้ายบอกเส้นทาง เป็นต้น

ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อประเภทต่าง ๆ โทรทัศน์ แผ่นพับ โบร์ชัว หนังสือพิมพ์ นิตยสารการท่องเที่ยว สารคดี มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับจังหวัด และ ประเทศ เป็นต้น

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ได้แก่ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อความสนใจในด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาของคนในอดีต เป็นต้น

นอกจากนี้ ความคิดเห็นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ศึกษาจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของการจัดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ของรองศาสตราจารย์ชนัญ วงษ์วิภาค และผู้ช่วยศาสตราจารย์สินชัย กระบวนแสง ในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เรื่อง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีหลักการจัดการที่สำคัญ เช่น การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การจัดการด้านภูมิทัศน์ ด้านบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยให้อยู่ในแนวทางการอนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนา และเผยแพร่ โดยควบคู่ไปกับจิตสำนึกของสาธารณชน ดังนั้น การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ และ โบราณคดีจึงแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

การจัดการด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ได้แก่ การจัดการด้านการอนุรักษ์ ดูแล รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว การปรับปรุงพื้นที่ ความสะอาดเรียบร้อย เป็นต้น

การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้ ได้แก่ การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือนำชม การจัดให้มีวิทยากรนำชม การจัดทำแผ่นป้ายประจำสถานที่ การจัดทำสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

การจัดการด้านอำนวยความสะดวก หรือการบริการพื้นฐาน ได้แก่ การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ การจัดทำที่นั่งพัก การจัดที่จอดรถ การจัดทำห้องสุขา เป็นต้น

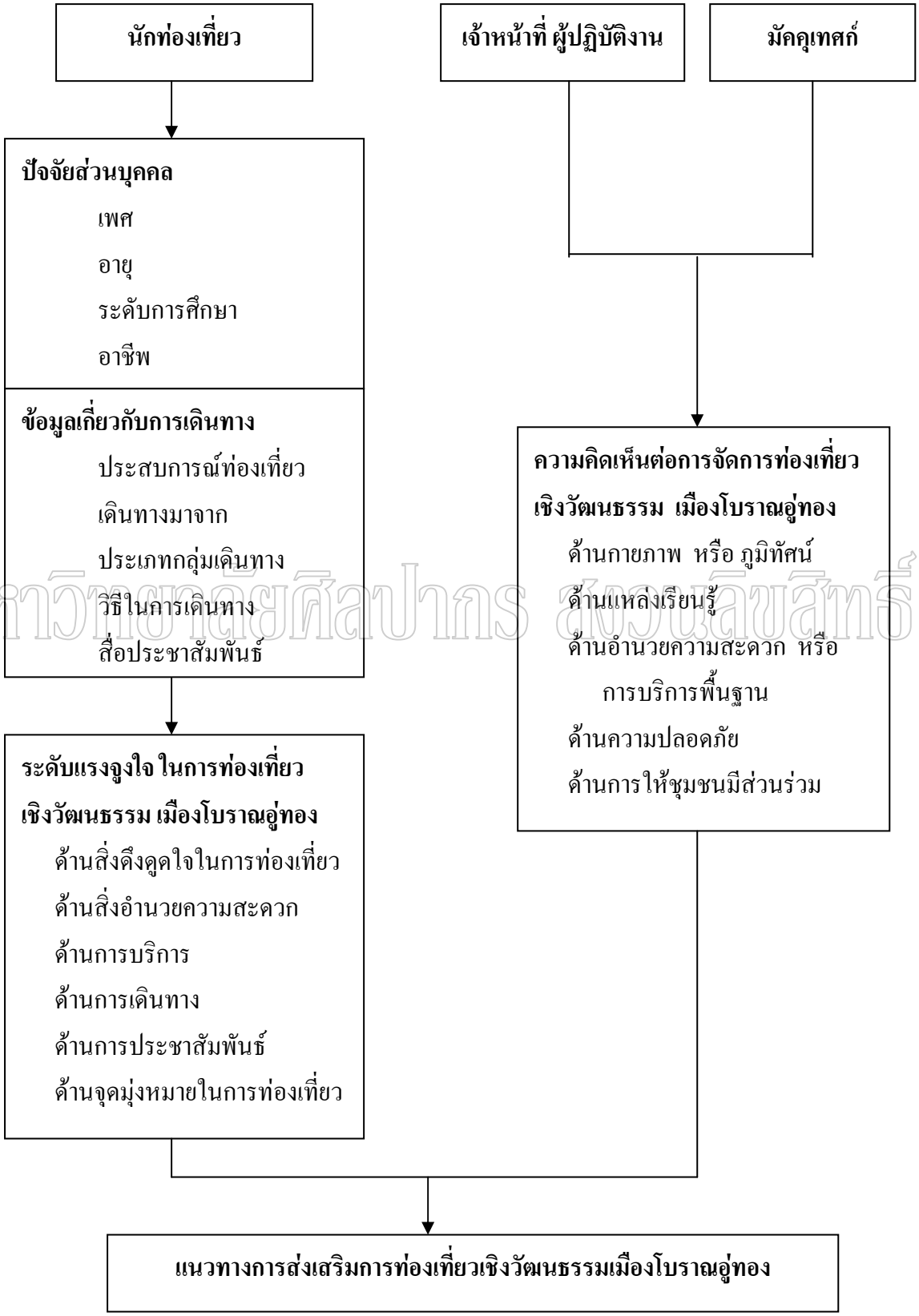
การจัดการด้านความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรม ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ เป็นต้น

การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ได้แก่ การสร้างความเข้าใจร่วมกัน การรับฟังข้อเสนอแนะของชุมชน นำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆมาพิจารณาร่วมกัน เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างทั้งหมด ผู้ศึกษามีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้คือ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย



มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

แผนภูมิที่ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี" เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร และใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.1 นักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยดูจากสถิตินักท่องเที่ยว ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2549 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 17,373 คน ข้อมูลนำมาจากสถิติผู้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวที่มีการบันทึกสถิติผู้เข้าชม

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 2 แสดงสถิติผู้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ประจำปี 2549

เดือน	จำนวน (คน)
มกราคม	2,777
กุมภาพันธ์	870
มีนาคม	2,180
เมษายน	994
พฤษภาคม	919
มิถุนายน	1,000
กรกฎาคม	1,158
สิงหาคม	1,566
กันยายน	1,129
ตุลาคม	1,152
พฤศจิกายน	1,117
ธันวาคม	2,511
รวม	**17,373**

1.2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง ดูจากจำนวนเจ้าหน้าที่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง มีจำนวนทั้งหมด 22 คน

1.3 มัคคุเทศก์ จำนวน 10 คน (ดูจากปีที่ผ่านมาจากการสอบถามเบื้องต้น)

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ

กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง ตามสถานที่ที่สำคัญภายในเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดเขาดีสลัก และตามแหล่งสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05

สถิติใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการสุ่มตัวอย่างที่จะนำมาใช้ในการวิจัยอย่างเหมาะสม โดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane) มาคำนวณดังนี้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ 2546 : 141) กำหนดให้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

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

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากรทั้งหมด คือ 17,373 คน

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (ร้อยละ 5 หรือ 0.05)

คำนวณโดย

$$n = \frac{17,373}{1 + (17,373)\ 0.05^2}$$

$$= 391$$

ดังนั้น เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

กลุ่มที่ 2 คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง จำนวน 22 คน

กลุ่มที่ 3 คือ มัคคุเทศก์ จำนวน 10 คน

3. ตัวแปรในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ ของนักท่องเที่ยว

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้านได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ทั้ง 5 ด้านคือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านอำนวยความสะดวก หรือการบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาใน 2 ลักษณะ คือ การศึกษาจากข้อมูลทางเอกสาร (documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ตำราบทความทางวิชาการ และการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

2.1 ชนิดของเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง และแบบสอบถามสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง และ มัคคุเทศก์ ในแบบสอบถามดังกล่าวจะประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นส่วนใหญ่

2.1.1 แบบสอบถามนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ท่องเที่ยว (เคยมาท่องเที่ยว) เดินทางมาจากที่ใด ประเภทกลุ่มเดินทาง วิธีในการเดินทาง สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน และมีกรอบเนื้อหาของข้อคำถามดังนี้คือ

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ได้แก่

ความสำคัญทางด้านโบราณคดี และ ประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง

ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง

โบราณสถานต่าง ๆ ได้แก่ โบราณสถานคอกช้างดิน โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 และ ถนนท้าวอู่ทอง

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (แหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ เก็บรวบรวมและจัดแสดงโบราณศิลปวัตถุ)

สถานที่สำคัญทางศาสนา ได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก

ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

การจัดทำอาคารบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์หรือบริการข้อมูล จุดรับแจ้งเหตุ ฯลฯ

ร้านอาหาร เครื่องดื่ม

ห้องสุขา

สถานที่จอดรถ และยานพาหนะ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การจัดทำที่นั่งพักผ่อน

ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น

ไฟฟ้า หรือ แสงสว่าง

แผนที่ ป้ายบอกสถานที่ การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ

ระบบการกำจัดขยะ (ถังขยะ)

3. ด้านการบริการ ได้แก่

การให้บริการบุคลากร และ เจ้าหน้าที่

ความสะดวกในการสอบถามข้อมูล

การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

การจัดทำคู่มือนำชม / การจัดทำหนังสือ / แผ่นพับ / สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

แผ่นป้าย และ สัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ

ขั้นตอนการเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ

การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ

4. ด้านการเดินทาง ได้แก่

การเดินทางมีความสะดวกสบาย และ ปลอดภัย

ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

แผ่นป้ายบอกเส้นทางในการเดินทาง

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่

โทรทัศน์

วิทยุ / วิทยุท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์

แผ่นพับ

นิตยสารหรือการท่องเที่ยว

สารคดี

อินเตอร์เน็ต (Internet)

6. ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ได้แก่

เพื่อศึกษาหาความรู้(ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาของคนในอดีต)

เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

เพื่อเยี่ยมญาติ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งวนลิขสิทธิ์

ตอนที่ 4 เป็นคำถามแบบปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่นๆ ในการท่องเที่ยวและสภาพปัญหาข้อจำกัดต่าง ๆในการท่องเที่ยว

2.1.2 แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน และ มัคคุเทศก์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคล ได้แก่ ตำแหน่ง อายุ ระยะเวลาในการทำงาน เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้ คือ

1. การจัดการด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ได้แก่

การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งพื้นที่ในการอนุรักษ์ พื้นที่นันทนาการ เป็นต้น

การดูแล รักษา แหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ

การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน และ ศาสนสถาน

การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน
การปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อย
สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีความสวยงาม การปลูกต้นไม้มีความกลมกลืน
การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่ และการบริการ
การจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะเด่น
การปลูกอาคารสิ่งก่อสร้างและชุมชน ไม่มีการรุกล้ำแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน
สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม (น้ำ , อากาศ , เสียง , สภาพโดยรอบ)
แผนการติดตาม และ ประเมินการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยว
การปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้ ได้แก่

การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
การจัดทำคู่มือนำชม และ การจัดให้มีวิทยากรนำชม
การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายความรู้ และประวัติ ประจำสถานที่ต่าง ๆ
การจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ ได้แก่ การจัดทำวีดีทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น
การจัดกิจกรรมด้านการศึกษาเป็นครั้งคราว
การจัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
การจัดอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม
การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรโบราณวัตถุและโบราณสถาน
สื่อหลายประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว
สื่อมีความน่าสนใจและเป็นข้อมูลปัจจุบัน มีความทันสมัย
ภาษาที่ใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
การจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

3. การจัดการด้านความสะดวก หรือ การบริการพื้นฐาน ได้แก่

การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือ เส้นทางท่องเที่ยว
การจัดทำที่นั่งพัก
การจัดที่จอดรถ และยานพาหนะต่าง ๆ
การจัดทำห้องสุขา
การจัดการระบบระบายน้ำ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

การจัดการเรื่องแสงสว่าง

การจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก

การจัดระบบกำจัดขยะ หรือ ภาชนะรองรับขยะ

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยดี และมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้

จำนวนบุคลากรในด้านการบริการมีจำนวนเพียงพอ

การจัดการด้านสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภค เช่น ถนน ห้องสุขา ที่เหมาะสม กลมกลืนกับสภาพพื้นที่

การจัดเก็บและกำจัดของเสีย

4. การจัดการด้านความปลอดภัย ได้แก่

ระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

แผนที่ ป้ายบอกสถานที่

ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ความปลอดภัยจากสัตว์

ป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย

กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน เช่น ไม่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะหรือของเสีย ไม่ขัดต่อทัศนียภาพ เป็นต้น

การจัดการในการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรมควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม

การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ เช่น ทำป้ายเตือนจุดอันตราย จำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม การจัดบริการติดตามของหาย

การแจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่

5. การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ได้แก่

มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น

ชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง มีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เป็นต้น

การรับฟังข้อเสนอแนะ และความต้องการของชุมชน

การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของชุมชน

การนำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆ มาพิจารณาร่วมกัน โดยปัญหาที่เป็นพื้นฐาน คือ ปัญหาด้านผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง และสภาพปัญหา ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยว

2.2 วิธีการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพ

2.2.1 การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำหนดกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ในการวิจัย

สร้างเครื่องมือการวิจัยโดยการพิจารณากำหนดประเด็นหลักและประเด็นย่อยเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

นำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญ ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) รูปแบบของแบบสอบถาม (Format) ความเหมาะสมด้านภาษา (Wording) และความเหมาะสมในเรื่องเวลาในการตอบแบบสอบถาม (Timing) แล้วนำไปทดลอง (Try out)

ปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย

จัดพิมพ์เครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.2 ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือขึ้นแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุง แล้วนำเครื่องมือไปให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ความตรงเชิงเนื้อหา รูปแบบของแบบสอบถาม ความเหมาะสมด้านภาษา และความเหมาะสมในเรื่องเวลาในการตอบแบบสอบถาม แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2543 : 117)

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity Value) เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเที่ยงตรงคือ การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 5 คน โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรดังนี้

$$\mathbf{IOC} = \frac{\Sigma X}{N}$$

เมื่อ **IOC** แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

ΣX แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ดังนั้นข้อคำถามที่มีค่า **IOC** ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นนำมาใช้ได้ (การคำนวณตามภาคผนวก ค)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre - test) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน แล้วนำมาพิจารณาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 (ตามภาคผนวก ค) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงของครอนบาค (Conbach Coefficient Alpha) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\text{Alpha } (\alpha) = \frac{K}{K-1}\left[1 - \frac{\Sigma Si^2}{St^2}\right]$$

เมื่อ α คือ สัมประสิทธิ์ความเที่ยง

K คือ จำนวนข้อสอบในแบบสอบถาม

Si^2 คือ ความแปรปรวนรายข้อ

St^2 คือ ความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งชุด

3 . การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยติดต่อเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เมืองอู่ทอง ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดเขาดีสลัก เพื่อขอความร่วมมือ และขออนุญาตทำการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามเพื่อการศึกษาวิจัย

2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ และอธิบายเพิ่มเติมในรายละเอียดคำถาม เพื่อให้การให้ข้อมูล ในกรณีผู้รับแบบสอบถามมีข้อสงสัย

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ระยะเวลาดำเนินการ 6 เดือน โดยแจกแบบสอบถามในวันพฤหัส วันศุกร์ วันเสาร์ วันอาทิตย์

4. ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science / Personal Computer plus) ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทาง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นำเสนอโดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การวัดระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีดังนี้คือ ให้คะแนนตามหลัก Likert Scale โดยพิจารณาให้คะแนน 5, 4, 3, 2 และ 1 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ มีความหมายดังนี้

5 หมายความว่า มีแรงจูงใจ อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายความว่า มีแรงจูงใจ อยู่ในระดับมาก

3 หมายความว่า มีแรงจูงใจ อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายความว่า มีแรงจูงใจ อยู่ในระดับน้อย

1 หมายความว่า มีแรงจูงใจ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2535 : 101)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง กลุ่มที่มีแรงจูงใจมากที่สุด หมายความว่า นักท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง กลุ่มที่มีแรงจูงใจมาก หมายความว่า นักท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง กลุ่มที่มีแรงจูงใจปานกลาง หมายความว่า นักท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง กลุ่มที่มีแรงจูงใจน้อย หมายความว่า นักท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง กลุ่มที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด หมายความว่า นักท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวน้อยที่สุด

เกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง มีดังนี้คือ ให้คะแนนตามหลัก Likert Scale โดยพิจารณาให้คะแนน 5 , 4 , 3 , 2 และ 1 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ มีความหมายดังนี้

5 หมายความว่า มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายความว่า มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก

3 หมายความว่า มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายความว่า มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย

1 หมายความว่า มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อยที่สุด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบเปรียบเทียบ ตัวแปรอิสระ ได้แก่

เพศ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t – test

อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ One – Way Analysis of Variance (ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะทดสอบภายหลังเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

3. วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

6. ตารางสรุปการดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 3 สรุปการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	วิธีการ	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การวิเคราะห์ข้อมูล / สถิติที่ใช้ในการวิจัย
เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง	นักท่องเที่ยว	**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ **ตัวแปรตาม** ได้แก่ ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	แบบสอบถาม (questionnaires)	ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) **สถิติที่ใช้ทดสอบ** จำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t – test อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Analysis of Variance (ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD
เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์	เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์	ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แบบสอบถาม (questionnaires)	ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค ของการจัดการท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง	นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์	วิเคราะห์และสังเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัย	แบบสอบถาม (questionnaires)	การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยว
$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t – test
α	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการคำนวณความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (เคยมาท่องเที่ยว) เดินทางมาจากที่ใด ประเภทกลุ่มเดินทาง วิธีในการเดินทาง และสื่อประชาสัมพันธ์โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการคำนวณความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ทดสอบจำแนกตามเพศ ใช้การทดสอบ t – test แบบอิสระต่อกัน อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ใช้การทดสอบ Analysis of Variance (ANOVA)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และคำนวณความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ ได้แก่ เพศ อายุ และ ระยะเวลาในการทำงาน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการคำนวณความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ทั้ง 5 ด้านคือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และคำนวณความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ลักษณะทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	162	40.5
	หญิง	238	59.5
	รวม	400	100.0
2. อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	96	24.0
	21 - 30 ปี	92	23.0
	31 - 40 ปี	78	19.5
	41 - 50 ปี	87	21.8
	51 - 60 ปี	36	9.0
	มากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี	11	2.7
	รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	42	10.5
	มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า	36	9.0
	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	90	22.5
	ปริญญาตรี	189	47.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.7
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	4	1.0
	รวม	400	100.0
4. อาชีพ	รับราชการ	104	26.0
	รับจ้างทั่วไป	37	9.3
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.0
	พนักงานบริษัทเอกชน	54	13.5
	ทำกิจการส่วนตัว	60	15.0
	เกษียณอายุ	9	2.2
	นักเรียน / นักศึกษา	107	26.8
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	8	2.0
	อื่น ๆ (อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง)	13	3.2
	รวม	400	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีจำนวนร้อยละ 59.5 และเพศชายมีจำนวนร้อยละ 40.5 การจำแนกนักท่องเที่ยวตามอายุ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 และตามด้วยช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.8 ช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 ช่วงอายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ส่วนช่วงอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี มีน้อยที่สุดร้อยละ 2.7

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 47.3 ศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 22.5 ศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 10.5 ศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 9.7 ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 9.0 และกลุ่มผู้ไม่ได้เรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

การประกอบอาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นนักเรียน/นักศึกษามีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 26.0 ประกอบอาชีพทำกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.0 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประกอบอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) คิดเป็นร้อยละ 3.2 และเกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ และไม่ได้ประกอบอาชีพมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลการเดินทาง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	เคยมาท่องเที่ยว	179	44.8
	ไม่เคยมาท่องเที่ยว	221	55.2
	รวม	400	100.0
2. เดินทางมาจากที่ใด	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	108	27.0
	ภาคกลาง	251	62.7
	ภาคตะวันออก	2	0.5
	ภาคตะวันตก	13	3.3
	ภาคเหนือ	11	2.8
	ภาคใต้	10	2.5
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	1.2
	รวม	400	100.0
3. ประเภทกลุ่มเดินทาง	เดินทางมาคนเดียว	42	10.5
	กลุ่มเพื่อน	145	36.3
	กลุ่มครอบครัว	109	27.2
	กลุ่มครู และ นักเรียน	81	20.3
	กลุ่มอบรม / สัมมนา	9	2.2
	กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวและเพื่อน	14	3.5
	รวม	400	100.0
4. วิธีในการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	227	56.8
	รถโดยสารประจำทาง	19	4.7
	รถบริษัทนำเที่ยว	2	0.5
	รถจักรยานยนต์	87	21.8
	รถเช่าเหมา	32	8.0
	อื่น ๆ (ขี่จักรยาน , เดินมา)	33	8.2
	รวม	400	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อมูลการเดินทาง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. สื่อประชาสัมพันธ์	จากญาติแนะนำ	48	12.0
	เพื่อนแนะนำ	147	36.8
	วิทยุ / โทรทัศน์	16	4.0
	หนังสือพิมพ์ / วารสารการท่องเที่ยว	49	12.2
	บริษัทนำเที่ยว	3	0.8
	อินเตอร์เน็ต (Internet)	15	3.7
	อื่น ๆ (ครู อาจารย์ ฯลฯ)	122	30.5
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าประสบการณ์ในการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยว การเดินทางมาครั้งนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 55.2 และนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแล้วคิดเป็นร้อยละ44.8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 27.0 ภาคตะวันตกคิดเป็นร้อยละ 3.3 ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 2.8 ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ และ ภาคตะวันออกมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

การจำแนกตามประเภทกลุ่มเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือเดินทางมากับกลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.2 กลุ่มครูและนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 20.3 เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 10.5 เดินทางกับกลุ่มผสมครอบครัวและเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ และกลุ่มอบรมสัมมนามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.2 และการจำแนกตามวิธีในการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยวิธีใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 21.8 เดินทางด้วยวิธีอื่นๆ (ได้แก่ ขี่จักรยาน เดินมา) คิดเป็นร้อยละ 8.2 เดินทางด้วยรถเช่าเหมา คิดเป็นร้อยละ 8.0 เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ และวิธีในการเดินทางที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ เดินทางด้วยรถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 0.5

นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (ได้แก่ ครู อาจารย์ คนในพื้นที่อำเภอู่ทองแนะนำ เป็นทางผ่าน ได้รับหนังสือเชิญจากหน่วยงานกรมศิลปากร) คิดเป็นร้อยละ 30.5 หนังสือพิมพ์ วารสารการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 12.2 ญาติแนะนำคิดเป็นร้อยละ 12.0 วิทยุ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 อินเตอร์เน็ต (Internet) คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ และการแนะนำจากสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทนำเที่ยวมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้าน

3.1 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน

(ดังรายละเอียดในตารางที่ 6 – 12)

ตารางที่ 6 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม

แรงจูงใจรายด้าน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	4.05	0.57	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.63	0.59	มาก
ด้านการบริการ	4.18	0.56	มาก
ด้านการเดินทาง	3.99	0.67	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.26	0.83	ปานกลาง
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	3.73	0.59	มาก
โดยรวม	3.79	0.47	มาก

จากตารางที่ 6 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการบริการ ($\overline{X}$ = 4.18) ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.05) ด้านการเดินทาง ($\overline{X}$ = 3.99) ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.73) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 3.63) ตามลำดับ และอีก 1 ด้านอยู่ในระดับปานกลางคือด้านการประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$ = 3.26)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 7 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ความสำคัญทางด้านโบราณคดี และประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง	4.31	0.70	มาก
2. ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง	3.90	0.84	มาก
3. โบราณสถานต่าง ๆ ได้แก่ โบราณสถานคอกช้างดิน เจดีย์หมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 และถนนท้าวอู่ทอง	3.78	0.87	มาก
4. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดีประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปวัตถุ)	4.25	0.70	มาก
5. สถานที่สำคัญทางศาสนา ได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก	4.08	0.81	มาก
6. ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.97	0.84	มาก
รวม	4.05	0.57	มาก

จากตารางที่ 7 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\overline{X}$ = 4.05) โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือมีความสำคัญทางด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง ($\overline{X}$ = 4.31) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง แหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดีประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปวัตถุ ($\overline{X}$ = 4.25) สถานที่สำคัญทางศาสนา ได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก ($\overline{X}$ = 4.08) ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ($\overline{X}$ = 3.97) ตำนานหรือนิทานท้องถิ่นเรื่องเมืองท้าวอู่ทอง ($\overline{X}$ = 3.90) โบราณสถานต่าง ๆ ได้แก่ โบราณสถานคอกช้างดิน เจดีย์หมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 และถนนท้าวอู่ทอง ($\overline{X}$ = 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. อาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ /บริการข้อมูล มีความเหมาะสม	4.10	0.76	มาก
2. ร้านอาหาร เครื่องดื่ม มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม	3.15	0.92	ปานกลาง
3. ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอ และมีความสะอาด	3.34	0.82	ปานกลาง
4. สถานที่จอดรถ เพียงพอและมีความสะดวก	3.66	0.85	มาก
5. การจัดทำที่นั่งพักผ่อน เพียงพอ และมีความเหมาะสม	3.70	0.85	มาก
6. ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น มีเพียงพอ ตำแหน่งร้านค้าและราคาสินค้า มีความเหมาะสม	3.32	0.86	ปานกลาง
7. ไฟฟ้าแสงสว่าง เพียงพอต่อความต้องการ และเหมาะสม	4.14	0.70	มาก
8. มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่มีการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่างๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน เพียงพอ และเหมาะสม	3.78	0.88	มาก
9. ถังขยะ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	3.46	0.85	ปานกลาง
รวม	3.63	0.59	มาก

จากตารางที่ 8 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.63) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ข้อโดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ ไฟฟ้าแสงสว่าง เพียงพอต่อความต้องการและมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.14) อาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการศูนย์ประชาสัมพันธ์หรือบริการข้อมูล ฯลฯ มีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.10) มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่มีการจัดทำเส้นทางไปยัง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันที่สิทธิ์

สถานที่ต่าง ๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน เพียงพอ และมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.78) การจัดทำที่นั่งพักผ่อน เพียงพอ และมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.70) สถานที่จอดรถเพียงพอและมีความสะดวก ($\overline{X}$ = 3.70) ตามลำดับและอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 4 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ ถังขยะสำหรับบริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.46) ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอและมีความสะอาด ($\overline{X}$ = 3.34) ร้านขายของที่ระลึกสินค้าท้องถิ่นมีเพียงพอ ตำแหน่งร้านค้า และราคาสินค้า มีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.32) และร้านอาหาร เครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ

ด้านการบริการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. บุคลากร และ เจ้าหน้าที่ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ข้อมูลชัดเจน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.50	0.65	มาก
2. ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูล	4.44	0.64	มาก
3. การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.08	0.79	มาก
4. การจัดให้มีคู่มือนำชม	4.17	0.78	มาก
5. แผ่นป้าย และ สัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ	4.00	0.84	มาก
6. ระเบียบขั้นตอนในการเข้าชมมีความเหมาะสม	4.04	0.73	มาก
7. การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอ และจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.10	0.75	มาก
8. มีการจัดทำหนังสือ แผ่นพับ สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย และเหมาะสม	4.12	0.79	มาก
รวม	4.18	0.56	มาก

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 9 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\overline{X}$ = 4.18) โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ บุคลากรและเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ข้อมูลชัดเจนและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\overline{X}$ = 4.50) ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูล ($\overline{X}$ = 4.44) การจัดให้มีคู่มือนำชม ($\overline{X}$ = 4.17) มีการจัดทำหนังสือ แผ่นพับ สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่ายและเหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.12) การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอ และจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.10)

การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.08) ระเบียบขั้นตอนในการเข้าชมมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.04) และแผ่นป้ายสัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ ($\overline{X}$ = 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง

ด้านการเดินทาง	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. การเดินทางมีความสะดวกสบาย และปลอดภัย	4.24	0.73	มาก
2. ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทาง	4.08	0.79	มาก
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม	3.90	0.94	มาก
4. มีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ	3.74	0.88	มาก
รวม	3.99	0.67	มาก

จากตารางที่ 10 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\overline{X}$ = 3.99) โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ การเดินทางมีความสะดวกสบายและปลอดภัย ($\overline{X}$ = 4.24) ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว($\overline{X}$ = 4.08) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.90) และมีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ ($\overline{X}$ = 3.74) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 11 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\overline{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. โทรทัศน์	3.19	1.18	ปานกลาง
2. วิทยุ / วิทยุท้องถิ่น	3.02	1.00	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	2.98	1.03	ปานกลาง
4. แผ่นพับ	3.46	1.04	ปานกลาง
5. นิตยสารหรือการท่องเที่ยว	3.44	1.00	ปานกลาง
6. สารคดี	3.43	1.05	ปานกลาง
7. อินเตอร์เน็ต (Internet)	3.33	1.12	ปานกลาง
รวม	3.26	0.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ($\overline{X}$ = 3.26) โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ แผ่นพับ ($\overline{X}$ = 3.46) นิตยสารหรือการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.44) สารคดี ($\overline{X}$ = 3.43) อินเตอร์เน็ต ($\overline{X}$ = 3.33) โทรทัศน์ ($\overline{X}$ = 3.19) วิทยุ หรือวิทยุท้องถิ่น($\overline{X}$ = 3.02) และหนังสือพิมพ์ ($\overline{X}$ = 2.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	**S.D.**	**ระดับแรงจูงใจ**
1. เพื่อศึกษาหาความรู้ (ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาคนในอดีต)	4.48	0.62	มาก
2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	3.92	0.84	มาก
3. เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	4.08	0.87	มาก
4. เพื่อเยี่ยมญาติ	2.45	1.20	น้อย
รวม	3.73	0.59	มาก

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 12 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ เพื่อศึกษาหาความรู้ในด้านประวัติศาสตร์โบราณคดีศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาคนในอดีต ($\overline{X}$ = 4.48) เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.08) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ($\overline{X}$ = 3.92) และอยู่ในระดับน้อยจำนวน 1 ข้อ คือมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ ($\overline{X}$ = 2.45)

3.2 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติที่ใช้ทดสอบจำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t – test อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Analysis of Variance (ANOVA) โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

แรงจูงใจ	**ชาย N = 162**		**หญิง N = 238**		**t**	**Sig.**
	$\overline{X}$	**S.D.**	$\overline{X}$	**S.D.**		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	3.96	0.61	4.11	0.53	- 2.629	0.009*
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.52	0.61	3.70	0.57	- 3.039	0.003*
3. ด้านการบริการ	4.12	0.58	4.22	0.54	- 1.722	0.086
4. ด้านการเดินทาง	3.96	0.70	4.01	0.66	- 0.807	0.420
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.15	0.87	3.34	0.80	- 2.311	0.021*
6. ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	3.69	0.58	3.76	0.60	- 1.150	0.251
รวม	3.71	0.50	3.85	0.45	- 2.874	0.004*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

แรงจูงใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.938	5	1.388	4.506	0.001*
	ภายในกลุ่ม	121.326	394	0.308		
	รวม	128.264	399			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	15.484	5	3.097	9.765	0.000*
	ภายในกลุ่ม	124.945	394	0.317		
	รวม	140.428	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.722	5	1.344	4.482	0.001*
	ภายในกลุ่ม	118.167	394	0.300		
	รวม	124.889	399			
4. ด้านการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5.243	5	1.049	2.364	0.039*
	ภายในกลุ่ม	174.763	394	0.444		
	รวม	180.006	399			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	14.656	5	2.931	4.426	0.001*
	ภายในกลุ่ม	260.929	394	0.662		
	รวม	275.586	399			
6. ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	9.892	5	1.978	6.032	0.000*
	ภายในกลุ่ม	129.235	394	0.328		
	รวม	139.127	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	8.417	5	1.683	8.269	0.000*
	ภายในกลุ่ม	80.207	394	0.204		
	รวม	88.624	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.17*	0.081	0.039
	31 – 40 ปี	0.39*	0.085	0.000
	41 – 50 ปี	0.20*	0.082	0.015
	51 – 60 ปี	0.16	0.108	0.153
	≥ 61 ปี	0.34	0.177	0.058
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.22*	0.085	0.009
	41 – 50 ปี	0.03	0.083	0.692
	51 – 60 ปี	-0.01	0.109	0.909
	≥ 61 ปี	0.17	0.177	0.344
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-0.19*	0.087	0.028
	51 – 60 ปี	-0.24*	0.112	0.035
	≥ 61 ปี	-0.06	0.179	0.753
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.05	0.110	0.680
	≥ 61 ปี	0.13	0.178	0.448
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	0.18	0.191	0.347

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.40*	0.082	0.000
	31 – 40 ปี	0.49*	0.086	0.000
	41 – 50 ปี	0.46*	0.083	0.000
	51 – 60 ปี	0.16	0.110	0.149
	≥ 61 ปี	0.10	0.179	0.569
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.09	0.087	0.303
	41 – 50 ปี	0.06	0.084	0.477
	51 – 60 ปี	-0.24*	0.111	0.032
	≥ 61 ปี	-0.29	0.180	0.102
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-0.03	0.088	0.738
	51 – 60 ปี	-0.33*	0.113	0.004
	≥ 61 ปี	-0.38*	0.181	0.035
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.30*	0.112	0.008
	≥ 61 ปี	-0.35*	0.180	0.050
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	-0.06	0.194	0.770

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขวนัชสิทธิ์

จากตารางที่ 16 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านการบริการ		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.11	0.080	0.187
	31 – 40 ปี	0.33*	0.083	0.000
	41 – 50 ปี	0.24*	0.081	0.003
	51 – 60 ปี	0.02	0.107	0.855
	≥ 61 ปี	-0.08	0.174	0.663
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.22*	0.084	0.008
	41 – 50 ปี	0.14	0.082	0.099
	51 – 60 ปี	-0.09	0.108	0.425
	≥ 61 ปี	-0.18	0.175	0.299
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-0.09	0.085	0.301
	51 – 60 ปี	-0.31*	0.110	0.005
	≥ 61 ปี	-0.41*	0.176	0.022
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.22*	0.109	0.042
	≥ 61 ปี	-0.32	0.175	0.071
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	-0.10	0.189	0.612

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 17 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี และ41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านการเดินทาง		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.15	0.097	0.134
	31 – 40 ปี	0.25*	0.102	0.014
	41 – 50 ปี	0.11	0.099	0.268
	51 – 60 ปี	-0.09	0.130	0.509
	≥ 61 ปี	-0.21	0.212	0.312
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.10	0.103	0.308
	41 – 50 ปี	-0.04	0.100	0.714
	51 – 60 ปี	-0.23	0.131	0.077
	≥ 61 ปี	-0.36	0.212	0.090
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-0.14	0.104	0.175
	51 – 60 ปี	-0.34*	0.134	0.013
	≥ 61 ปี	-0.47*	0.215	0.031
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.20	0.132	0.140
	≥ 61 ปี	-0.32	0.213	0.129
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	-0.13	0.229	0.575

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 18 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านการประชาสัมพันธ์		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.29*	0.119	0.016
	31 – 40 ปี	0.47*	0.124	0.000
	41 – 50 ปี	0.50*	0.120	0.000
	51 – 60 ปี	0.37*	0.159	0.019
	≥ 61 ปี	0.45	0.259	0.086
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.18	0.125	0.153
	41 – 50 ปี	0.21	0.122	0.085
	51 – 60 ปี	0.08	0.160	0.596
	≥ 61 ปี	0.16	0.260	0.545
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	0.03	0.127	0.808
	51 – 60 ปี	-0.09	0.164	0.565
	≥ 61 ปี	-0.02	0.262	0.934
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.13	0.161	0.438
	≥ 61 ปี	-0.05	0.260	0.840
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	0.07	0.280	0.796

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 19 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.31*	0.084	0.000
	31 – 40 ปี	0.28*	0.087	0.002
	41 – 50 ปี	0.45*	0.085	0.000
	51 – 60 ปี	0.26*	0.112	0.022
	≥ 61 ปี	0.26	0.182	0.155
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	-0.03	0.088	0.696
	41 – 50 ปี	0.14	0.086	0.112
	51 – 60 ปี	-0.06	0.113	0.624
	≥ 61 ปี	-0.05	0.183	0.770
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	0.17	0.089	0.056
	51 – 60 ปี	-0.02	0.115	0.857
	≥ 61 ปี	-0.02	0.184	0.918
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.19	0.113	0.092
	≥ 61 ปี	-0.19	0.183	0.301
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	0.00	0.197	0.992

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 20 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน

โดยรวม		Mean Difference	Std. Error	Sig.
≤ 20 ปี	21 – 30 ปี	0.24*	0.066	0.000
	31 – 40 ปี	0.39*	0.069	0.000
	41 – 50 ปี	0.34*	0.067	0.000
	51 – 60 ปี	0.15	0.088	0.083
	≥ 61 ปี	0.15	0.144	0.303
21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.14*	0.069	0.038
	41 – 50 ปี	0.10	0.067	0.151
	51 – 60 ปี	-0.09	0.089	0.306
	≥ 61 ปี	-0.10	0.144	0.505
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	-0.05	0.070	0.499
	51 – 60 ปี	-0.24*	0.091	0.010
	≥ 61 ปี	-0.24	0.145	0.098
41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	-0.19*	0.089	0.036
	≥ 61 ปี	-0.19	0.144	0.181
51 – 60 ปี	≥ 61 ปี	-0.01	0.155	0.974

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 21 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจ		SS	df	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.120	5	0.624	1.965	0.083
	ภายในกลุ่ม	125.144	394	0.318		
	รวม	128.264	399			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	10.135	5	2.027	6.129	0.000*
	ภายในกลุ่ม	130.294	394	0.331		
	รวม	140.428	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.049	5	0.610	1.972	0.082
	ภายในกลุ่ม	121.840	394	0.309		
	รวม	124.889	399			
4. ด้านการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2.752	5	0.550	1.223	0.297
	ภายในกลุ่ม	177.255	394	0.450		
	รวม	180.006	399			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	6.061	5	1.212	1.772	0.118
	ภายในกลุ่ม	269.525	394	0.684		
	รวม	275.586	399			
6. ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.058	5	0.612	1.771	0.118
	ภายในกลุ่ม	136.069	394	0.345		
	รวม	139.128	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.457	5	0.691	3.199	0.008*
	ภายในกลุ่ม	85.167	394	0.216		
	รวม	88.624	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	0.16	0.131	0.226
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	0.24*	0.107	0.025
	ปริญญาตรี	0.41*	0.098	0.000
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.51*	0.128	0.000
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.26	0.301	0.397
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	0.08	0.113	0.463
	ปริญญาตรี	0.26*	0.105	0.015
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.35	0.133	0.009
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.41	0.303	0.173
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	0.17*	0.074	0.020
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.27*	0.110	0.016
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.50	0.294	0.092
ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	0.10	0.101	0.346
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.67*	0.291	0.022
สูงกว่าปริญญาตรี	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.76*	0.302	0.012

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 23 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เรียนหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เรียนหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

โดยรวม		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	0.07	0.106	0.523
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	0.10	0.087	0.272
	ปริญญาตรี	0.23*	0.079	0.004
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.26*	0.103	0.011
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.11	0.243	0.647
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	0.03	0.092	0.761
	ปริญญาตรี	0.16	0.085	0.052
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.20	0.107	0.068
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.18	0.245	0.465
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	0.14*	0.060	0.022
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.17	0.089	0.059
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.21	0.238	0.384
ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	0.03	0.082	0.698
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.34	0.235	0.144
สูงกว่าปริญญาตรี	ไม่ได้เรียนหนังสือ	-0.38	0.244	0.125

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 24 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจ		SS	df	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.871	8	1.109	3.631	0.000*
	ภายในกลุ่ม	119.393	391	0.305		
	รวม	128.264	399			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11.071	8	1.384	4.183	0.000*
	ภายในกลุ่ม	129.357	391	0.331		
	รวม	140.428	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.335	8	0.667	2.181	0.028*
	ภายในกลุ่ม	119.554	391	0.306		
	รวม	124.889	399			
4. ด้านการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	10.486	8	1.311	3.023	0.003*
	ภายในกลุ่ม	169.520	391	0.434		
	รวม	180.006	399			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	15.393	8	1.924	2.891	0.004*
	ภายในกลุ่ม	260.193	391	0.665		
	รวม	275.586	399			
6. ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.437	8	1.055	3.155	0.002*
	ภายในกลุ่ม	130.691	391	0.334		
	รวม	139.128	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.204	8	0.776	3.679	0.000*
	ภายในกลุ่ม	82.420	391	0.211		
	รวม	88.624	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	0.11	0.106	0.302
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.26	0.203	0.204
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.25*	0.093	0.007
	ทำกิจการส่วนตัว	0.12	0.090	0.174
	เกษียณอายุ	0.05	0.192	0.777
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.15*	0.076	0.047
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.30	0.203	0.140
	อื่น ๆ	0.30	0.163	0.069
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.15	0.215	0.491
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.14	0.118	0.228
	ทำกิจการส่วนตัว	0.01	0.116	0.914
	เกษียณอายุ	-0.06	0.205	0.789
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.26*	0.105	0.014
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.19	0.215	0.378
	อื่น ๆ	0.19	0.178	0.294
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.01	0.209	0.976
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.14	0.208	0.513
	เกษียณอายุ	-0.20	0.269	0.449
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.41*	0.203	0.044
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.04	0.276	0.880
	อื่น ๆ	0.04	0.248	0.877
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.13	0.104	0.211
	เกษียณอายุ	-0.20	0.199	0.321
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.40*	0.092	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.05	0.209	0.819
	อื่น ๆ	0.04	0.171	0.794

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	-0.07	0.198	0.732
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.27*	0.089	0.002
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.18	0.208	0.393
	อื่น ๆ	0.17	0.169	0.302
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	-0.21	0.192	0.284
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.25	0.269	0.361
	อื่น ๆ	0.24	0.240	0.313
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.45*	0.203	0.026
	อื่น ๆ	0.45*	0.162	0.006
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	0.00	0.248	0.990

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 26 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียน นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ และอื่นๆ(ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนาดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	0.05	0.110	0.619
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.22	0.211	0.293
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.15	0.096	0.128
	ทำกิจการส่วนตัว	0.02	0.093	0.796
	เกษียณอายุ	0.09	0.200	0.655
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.31*	0.079	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.11	0.211	0.599
	อื่น ๆ	-0.01	0.169	0.970
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.17	0.224	0.456
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.09	0.123	0.452
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.03	0.120	0.798
	เกษียณอายุ	0.03	0.214	0.871
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.36*	0.110	0.001
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.06	0.224	0.802
	อื่น ๆ	-0.06	0.185	0.742
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.08	0.218	0.731
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.20	0.216	0.361
	เกษียณอายุ	-0.13	0.279	0.635
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.53*	0.211	0.013
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.11	0.288	0.699
	อื่น ๆ	-0.23	0.258	0.377
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.12	0.108	0.255
	เกษียณอายุ	-0.06	0.207	0.781
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.45*	0.096	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.04	0.218	0.869
	อื่น ๆ	-0.15	0.178	0.388

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	0.07	0.206	0.750
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.33*	0.093	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.09	0.216	0.688
	อื่น ๆ	-0.03	0.176	0.863
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	-0.40*	0.200	0.049
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.02	0.279	0.938
	อื่น ๆ	-0.10	0.249	0.701
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.42*	0.211	0.049
	อื่น ๆ	0.30	0.169	0.077
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	-0.12	0.258	0.650

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังท่าพระ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านการบริการ		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	0.14	0.106	0.175
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.17	0.203	0.404
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.09	0.093	0.325
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.01	0.090	0.868
	เกษียณอายุ	-0.17	0.192	0.389
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.13	0.076	0.083
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.46*	0.203	0.025
	อื่น ๆ	-0.17	0.163	0.288
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.03	0.216	0.905
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.05	0.118	0.657
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.16	0.116	0.171
	เกษียณอายุ	-0.31	0.206	0.133
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.28*	0.105	0.009
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.60*	0.216	0.006
	อื่น ๆ	-0.32	0.178	0.076
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.08	0.209	0.709
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.18	0.208	0.376
	เกษียณอายุ	-0.34	0.269	0.213
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.30	0.203	0.137
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.63*	0.276	0.024
	อื่น ๆ	-0.34	0.248	0.169
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.11	0.104	0.306
	เกษียณอายุ	-0.26	0.199	0.198
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.22*	0.092	0.016
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.55*	0.209	0.009
	อื่น ๆ	-0.26	0.171	0.122

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ด้านการบริการ		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	-0.15	0.198	0.446
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.12	0.089	0.189
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.44*	0.208	0.035
	อื่น ๆ	-0.16	0.169	0.350
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	0.03	0.192	0.863
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.29	0.269	0.281
	อื่น ๆ	-0.01	0.240	0.975
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.32	0.203	0.112
	อื่น ๆ	-0.04	0.162	0.802
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	0.28	0.248	0.256

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

จากตารางที่ 28 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน /นักศึกษา และ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านการเดินทาง		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	0.32*	0.126	0.012
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.75*	0.242	0.002
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.23*	0.110	0.036
	ทำกิจการส่วนตัว	0.13	0.107	0.237
	เกษียณอายุ	-0.02	0.229	0.923
	นักเรียน / นักศึกษา	0.05	0.091	0.605
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.28	0.242	0.253
	อื่น ๆ	-0.35	0.194	0.069
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.43	0.257	0.097
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.09	0.141	0.540
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.19	0.138	0.163
	เกษียณอายุ	-0.34	0.245	0.164
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.27*	0.126	0.031
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.04	0.257	0.869
	อื่น ๆ	-0.67*	0.212	0.002
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.51*	0.249	0.040
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.62*	0.248	0.013
	เกษียณอายุ	-0.77*	0.320	0.017
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.70*	0.241	0.004
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.47	0.329	0.155
	อื่น ๆ	-1.10*	0.296	0.000
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.11	0.124	0.391
	เกษียณอายุ	-0.25	0.237	0.283
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.19	0.110	0.092
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.04	0.249	0.860
	อื่น ๆ	-0.59*	0.203	0.004

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ด้านการเดินทาง		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	-0.15	0.235	0.528
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.08	0.106	0.454
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.15	0.248	0.545
	อื่น ๆ	-0.48*	0.201	0.018
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	0.07	0.229	0.763
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.30	0.320	0.351
	อื่น ๆ	-0.33	0.286	0.247
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.23	0.241	0.342
	อื่น ๆ	-0.40*	0.193	0.039
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	-0.63*	0.296	0.034

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เกษียณอายุ นักเรียน / นักศึกษา และอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับแรงจูงใจด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ(ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพมีระดับแรงจูงใจด้านการเดินทาง แตกต่างกับที่มีอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารานักร้อง)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านการประชาสัมพันธ์		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	-0.19	0.156	0.228
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.21	0.299	0.474
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.24	0.137	0.085
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.01	0.132	0.964
	เกษียณอายุ	0.12	0.283	0.670
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.45*	0.112	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.32	0.299	0.284
	อื่น ๆ	-0.14	0.240	0.556
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.40	0.318	0.206
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.05	0.174	0.786
	ทำกิจการส่วนตัว	0.18	0.171	0.284
	เกษียณอายุ	0.31	0.303	0.308
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.26	0.156	0.094
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.13	0.318	0.677
	อื่น ๆ	0.05	0.263	0.858
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.45	0.309	0.146
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.22	0.307	0.474
	เกษียณอายุ	-0.09	0.396	0.814
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.66*	0.299	0.027
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.54	0.408	0.190
	อื่น ๆ	-0.36	0.367	0.332
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	0.23	0.153	0.133
	เกษียณอายุ	0.36	0.294	0.225
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.21	0.136	0.117
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.09	0.309	0.783
	อื่น ๆ	0.09	0.252	0.708

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ด้านการประชาสัมพันธ์		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	0.13	0.292	0.663
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.44*	0.132	0.001
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.32	0.307	0.305
	อื่น ๆ	-0.14	0.250	0.587
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	-0.57*	0.283	0.044
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.44	0.396	0.265
	อื่น ๆ	-0.26	0.354	0.458
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.13	0.299	0.667
	อื่น ๆ	0.31	0.240	0.198
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	0.18	0.367	0.624

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

จากตารางที่ 30 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณอายุ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	-0.04	0.111	0.734
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.01	0.212	0.973
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.05	0.097	0.615
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.11	0.094	0.235
	เกษียณอายุ	-0.13	0.201	0.511
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.33*	0.080	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.34	0.212	0.113
	อื่น ๆ	-0.11	0.170	0.507
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.03	0.225	0.893
	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.01	0.123	0.927
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.07	0.121	0.542
	เกษียณอายุ	-0.09	0.215	0.660
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.29*	0.110	0.009
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.37	0.225	0.098
	อื่น ๆ	-0.08	0.186	0.686
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.04	0.219	0.849
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.10	0.218	0.632
	เกษียณอายุ	-0.13	0.281	0.657
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.32	0.212	0.130
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.34	0.289	0.235
	อื่น ๆ	-0.11	0.260	0.684
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.06	0.108	0.565
	เกษียณอายุ	-0.08	0.208	0.689
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.28*	0.097	0.004
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.39	0.219	0.079
	อื่น ๆ	-0.06	0.179	0.720

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	-0.02	0.207	0.920
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.22*	0.093	0.020
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.45*	0.218	0.040
	อื่น ๆ	0.00	0.177	0.993
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	-0.20	0.201	0.329
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.47	0.281	0.096
	อื่น ๆ	0.02	0.251	0.939
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.67*	0.212	0.002
	อื่น ๆ	0.22	0.170	0.205
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	-0.45	0.260	0.084

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

จากตารางที่ 31 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน

โดยรวม		Mean Difference	Std. Error	Sig.
รับราชการ	รับจ้างทั่วไป	0.06	0.088	0.529
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.25	0.168	0.145
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.07	0.077	0.366
	ทำกิจการส่วนตัว	0.02	0.074	0.765
	เกษียณอายุ	0.00	0.160	0.995
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.24*	0.063	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.02	0.168	0.920
	อื่น ๆ	-0.06	0.135	0.645
รับจ้างทั่วไป	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.19	0.179	0.287
	พนักงานบริษัทเอกชน	0.01	0.098	0.884
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.03	0.096	0.731
	เกษียณอายุ	-0.05	0.171	0.750
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.29*	0.088	0.001
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.07	0.179	0.687
	อื่น ๆ	-0.12	0.148	0.428
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	-0.18	0.174	0.311
	ทำกิจการส่วนตัว	-0.22	0.173	0.196
	เกษียณอายุ	-0.25	0.223	0.272
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.48*	0.168	0.004
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.26	0.230	0.252
	อื่น ๆ	-0.31	0.206	0.136
พนักงานบริษัทเอกชน	ทำกิจการส่วนตัว	-0.05	0.086	0.583
	เกษียณอายุ	-0.07	0.165	0.678
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.31*	0.077	0.000
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.09	0.174	0.619
	อื่น ๆ	0.13	0.142	0.353

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตารางที่ 32 (ต่อ)

โดยรวม		Mean Difference	Std. Error	Sig.
ทำกิจการส่วนตัว	เกษียณอายุ	-0.02	0.164	0.897
	นักเรียน / นักศึกษา	-0.26*	0.074	0.001
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.04	0.173	0.820
	อื่น ๆ	-0.08	0.140	0.548
เกษียณอายุ	นักเรียน / นักศึกษา	-0.24	0.159	0.137
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.02	0.223	0.936
	อื่น ๆ	-0.06	0.199	0.751
นักเรียน / นักศึกษา	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0.22	0.168	0.192
	อื่น ๆ	0.17	0.135	0.196
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	อื่น ๆ	-0.05	0.206	0.826

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

จากตารางที่ 32 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ข้อ คือ

4.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 33 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต้องการศึกษาหาความรู้จากสถานที่จริงนอกเหนือจากการอ่านหนังสือ	48	21.0
2. ความเป็นเมืองเก่าในสมัยโบราณ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตามรอยประวัติศาสตร์	39	17.0
3. ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตของคนโบราณ	31	13.5
4. ศิลปะสมัยทวารวดี	27	11.8
5. โบราณวัตถุ ธรรมจักร ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปสมัยอู่ทอง	22	9.6
6. เป็นสถานที่ซึ่งไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และ เป็นทางผ่านไปยังสถานที่ต่าง ๆ จึงแวะท่องเที่ยว	11	4.8
7. บทความ สารคดี บทความวิชาการต่าง ๆ	11	4.8
8. เป็นการศึกษาด้วยตนเอง ต้องการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบรายงาน	10	4.4
9. เป็นคนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง จึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นตนเองอย่างชัดเจนและถูกต้อง	9	3.9
10. การบอกต่อ ๆ กันมาจากผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว	8	3.5
11. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	7	3.1
12. สะสมของเก่าของโบราณ จึงชอบท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองโบราณ	6	2.6
รวม	229	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 33 การแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพบว่าสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวต้องการศึกษาหาความรู้จากสถานที่จริงนอกเหนือไปจากการอ่านจากหนังสือ มีร้อยละ 21.0 รองลงมาตามลำดับคือ เมืองโบราณอู่ทองมีความเป็นเมืองเก่าในสมัยโบราณเป็นการท่องเที่ยวเพื่อตามรอยประวัติศาสตร์ มีร้อยละ 17.0 ต้องการศึกษาประวัติความเป็นมาวิถีชีวิตของคนโบราณ มีร้อยละ13.5 ศึกษาศิลปะสมัยทวารวดี มีร้อยละ 11.8 นักท่องเที่ยวต้องการมาชมโบราณวัตถุ ได้แก่ ธรรมจักร ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปสมัยอู่ทองซึ่งจัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง มีร้อยละ 9.6 เมืองโบราณอู่ทองเป็นสถานที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯและเป็นทางผ่านไปยังสถานที่ต่าง ๆ จึงแวะท่องเที่ยว ซึ่งเท่ากับ การอ่านบทความ สารคดี บทความวิชาการต่าง ๆ แล้วทำให้อยากมาเที่ยวซึ่งมีร้อยละ 4.8 การศึกษาด้วยตนเองต้องการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบรายงานมีร้อยละ 4.4 เป็นคนใน

พื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง จึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นตนเองอย่างชัดเจนและถูกต้อง มีร้อยละ 3.9 การบอกต่อๆ กันมาจากผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว มีร้อยละ 3.5 และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีร้อยละ 3.1 สุดท้ายคือการสะสมของเก่า ของโบราณจึงชอบท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองโบราณมีร้อยละ 2.6

4.2 ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 34 ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก	49	28.2
2. แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจในการนำเสนอความสำคัญและจุดเด่น	27	15.5
3. ป้ายบอกทาง และ ป้ายทางเข้ามีขนาดเล็ก ไม่ชัดเจนทำให้สับสน	22	12.6
4. ไม่มีการเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ขาดระบบในการจัดให้คำแนะนำ เช่น เมื่อมาเที่ยวที่แห่งนี้แล้วควรจะไปเที่ยวที่ไหนต่อไป	20	11.5
5. โบราณสถานขาดการบูรณะ รกร้าง	17	9.8
6. ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวชำรุด ไม่ได้รับความสะดวก	16	9.2
7. คนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทองให้ความสนใจ และรับรู้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตนเองน้อย	11	6.3
8. ไม่มีสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เมืองโบราณอู่ทอง	8	4.6
9. ร้านค้าขายของที่ระลึกมีจำนวนน้อย	4	2.3
รวม	174	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 34 พบว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก มีร้อยละ 28.2 รองลงมาตามลำดับคือ แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจในการนำเสนอความสำคัญและจุดเด่นมีร้อยละ 15.5 ป้ายบอกทางและป้ายทางเข้ามีขนาดเล็ก ไม่ชัดเจนทำให้สับสน มีร้อยละ 12.6 ไม่มีการเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ขาดระบบในการจัดให้คำแนะนำ เช่น เมื่อมาเที่ยวที่แห่งนี้แล้วควรจะไปเที่ยวที่ไหนต่อไป มีร้อยละ 11.5 โบราณสถานขาดการบูรณะ รกร้าง มีร้อยละ 9.8 ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวชำรุด ไม่ได้รับความสะดวก มีร้อยละ 9.2 คนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทองให้ความสนใจและรับรู้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตนเองน้อย มีร้อยละ 6.3 และไม่มีสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เมืองโบราณอู่ทอง มีร้อยละ 4.6 สุดท้ายคือ ร้านค้าขายของที่ระลึกมีจำนวนน้อยมีร้อยละ 2.3

4.3 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 35 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	52	25.7
2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวชมรอบเมืองโบราณอู่ทองจัดให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสายวัฒนธรรมโดยใช้จักรยานรถรางเป็นพาหนะ	42	20.8
3. การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นว่ายังมีสถานที่น่าสนใจอยู่อีกมาก	32	15.8
4. รณรงค์ให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญ โดยกระตุ้นจิตสำนึกรักและหวงแหนเมืองโบราณอู่ทองแก่เยาวชน	20	9.9
5. การจัดกิจกรรมที่แสดงความเป็นพื้นบ้านอย่างมีเอกลักษณ์ เช่น อาหารพื้นบ้าน ผ้าทอ เป็นต้น	14	6.9
6. มีป้ายเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในตัวเมืองสุพรรณบุรี สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัด เช่น บึงฉวาก ตลาดสามชุก เป็นต้น	12	5.9
7. กรมศิลปากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการ การปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องช่วยกันจัดการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว	9	4.5
8. การจัดทำวารสาร “เมืองโบราณอู่ทอง”	9	4.5
9. การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยดึงหน่วยงานภาคชุมชน และประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วม	5	2.5
10. การจัดทำสื่อElectronicที่ดึงดูดใจบรรยายแบบมีเสียงภาพเคลื่อนไหวบางช่วงบางตอนที่สำคัญ เพื่อทำความเข้าใจเรื่องราวก่อนการเข้าชม	4	2.0
11. การจัดกิจกรรมให้โรงเรียน และชุมชนเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ วัด	3	1.5
รวม	202	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 35 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวเสนอแนะมากที่สุดคือ ทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มีร้อยละ 25.7 อันดับรองลงมาคือ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวชมรอบเมืองโบราณอู่ทอง โดยจัดให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสายวัฒนธรรมโดยใช้จักรยานหรือ รถรางเป็นพาหนะ มีร้อยละ 20.8 การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้นเพื่อชี้ให้เห็นว่ายังมีสถานที่น่าสนใจอยู่อีกมาก มีร้อยละ 15.8 รณรงค์ให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญโดยกระตุ้นจิตสำนึก รักและหวงแหนเมืองโบราณอู่ทองแก่เยาวชน มีร้อยละ 9.9 การจัดกิจกรรมที่แสดงความเป็นพื้นบ้านอย่างมีเอกลักษณ์ เช่น อาหารพื้นบ้าน ผ้าทอ เป็นต้น มีร้อยละ 6.9 มีป้ายเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในตัวเมืองสุพรรณบุรี สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในสุพรรณบุรี เช่น บึงฉวาก ตลาดสามชุก เป็นต้น มีร้อยละ 5.9 กรมศิลปากรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการการปกครองส่วนท้องถิ่น ช่วยกันจัดการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีร้อยละ 4.5 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับการจัดทำวารสาร “เมืองโบราณอู่ทอง” มีร้อยละ 4.5 การจัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยดึงหน่วยงานภาคชุมชน และประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วม มีร้อยละ 2.5 และการจัดทำสื่อ Electronic ที่ดึงดูดใจ การบรรยายแบบมีเสียง ภาพเคลื่อนไหวบางช่วงบางตอนที่สำคัญ เพื่อทำความเข้าใจเรื่องราว ก่อนการเข้าชม มีร้อยละ 2.0 อันดับสุดท้ายคือ การจัดกิจกรรมให้โรงเรียน และชุมชนเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ วัด มีร้อยละ 1.5

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

4.4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ตารางที่ 36 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ควรติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ช่วยประชาสัมพันธ์ เช่น ฝากแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ติดป้ายโฆษณาเพื่อเชิญชวนให้แวะเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง	31	32.6
2. ควรปรับปรุงและ พัฒนา Website เมืองโบราณอู่ทอง	22	23.2
3. อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นมากกว่า ที่มาเที่ยว แต่เป็นสถานที่ที่ชุมชนสามารถเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ การศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ	18	18.9
4. ควรใช้สื่อและเทคโนโลยีช่วยในการพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยว	15	15.8
5. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรมีข้อความว่า “สุพรรณบุรี มีเมืองโบราณอู่ทอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่คนจังหวัดสุพรรณบุรี และคนในพื้นที่อู่ทองควรมีความภาคภูมิใจ”	9	9.5
รวม	95	100.0

จากตารางที่ 36 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรมีการติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ช่วยประชาสัมพันธ์ เช่น ฝากแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ติดป้ายโฆษณาเพื่อเชิญชวนให้แวะเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง มีร้อยละ 32.6 รองลงมาคือ การปรับปรุงและพัฒนา Website เมืองโบราณอู่ทองมีร้อยละ 23.2 อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นมากกว่า ที่มาเที่ยว แต่เป็นสถานที่ที่ชุมชนสามารถเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ การศึกษาหาความรู้ต่างๆ มีร้อยละ 18.9 การใช้สื่อและเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว มีร้อยละ 15.8 และอันดับสุดท้ายคือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรมีข้อความว่า“สุพรรณบุรี มีเมืองโบราณอู่ทอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่คนจังหวัดสุพรรณบุรี และคนในพื้นที่อู่ทอง ควรมีความภาคภูมิใจ” มีร้อยละ 9.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ แบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 37 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์

ลักษณะทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	16	50.0
	หญิง	16	50.0
	รวม	32	100.0
2. อายุ	21 - 30 ปี	9	28.1
	31 - 40 ปี	16	50.1
	41 - 50 ปี	3	9.3
	51 - 60 ปี	4	12.5
	รวม	32	100.0
3. ระยะเวลาในการทำงาน	1 - 10 ปี	23	72.1
	11 - 20 ปี	5	15.5
	21 - 30 ปี	2	6.2
	31 - 40 ปี	2	6.2
	รวม	32	100.0

จากตารางที่ 37 พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์มีจำนวนเพศชายและเพศหญิงเท่ากันคือร้อยละ 50.0 การจำแนกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ตามอายุพบว่า อายุ 31 - 40 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 50.1 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี มีร้อยละ 28.1 อายุ 51 - 60 ปี มีร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ส่วนช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ มีร้อยละ 9.3 และสุดท้ายการจำแนกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่ทำงานมาเป็นระยะเวลา 1 - 10 ปี มีร้อยละ 72.1 รองลงมาคือ ทำงานมาเป็นระยะเวลา 11 - 20 ปี มีร้อยละ 15.5 และ ทำงานมาเป็นระยะเวลา 21 - 30 ปี มีจำนวนเท่ากับ ทำงานมาเป็นระยะเวลา 31 - 40 ปี มีร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การวัดระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวม และรายด้าน

ตารางที่ 38 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวม

ความคิดเห็นด้าน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์	3.38	0.68	ปานกลาง
ด้านแหล่งเรียนรู้	3.21	0.37	ปานกลาง
ด้านความสะดวก หรือ บริการพื้นฐาน	3.13	0.46	ปานกลาง
ด้านความปลอดภัย	3.32	0.55	ปานกลาง
ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม	3.26	0.79	ปานกลาง
โดยรวม	3.25	0.48	ปานกลาง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 38 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.25) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ($\overline{X}$ = 3.38) ด้านความปลอดภัย ($\overline{X}$ = 3.32) ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ($\overline{X}$ = 3.26) ด้านแหล่งเรียนรู้ ($\overline{X}$ = 3.21) และสุดท้ายด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน ($\overline{X}$ = 3.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์

ด้านกายภาพ หรือ ภูมิทัศน์	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งพื้นที่ในการอนุรักษ์ พื้นที่นันทนาการ มีความเหมาะสม	3.47	0.67	ปานกลาง
2. การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆมีการจัดการที่เหมาะสม	3.53	0.92	มาก
3. มีการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน และ ศาสนสถานที่มีความเหมาะสม	3.16	1.05	ปานกลาง
4. มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน	3.59	0.67	มาก
5. มีการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่สม่ำเสมอ	3.50	0.84	ปานกลาง
6. สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีความสวยงาม การปลูกต้นไม้มีความกลมกลืน เหมาะสม	3.53	0.92	มาก
7. มีการจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะเด่น	3.19	1.36	ปานกลาง
8. การปลูกอาคารสิ่งก่อสร้างและชุมชน ไม่มีการรุกล้ำแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน	3.12	0.83	ปานกลาง
9. สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม (น้ำ , อากาศ , เสียง , สภาพโดยรอบ) มีความเหมาะสม	3.50	0.57	ปานกลาง
10. มีแผนการติดตาม/ประเมินการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยว	3.25	0.98	ปานกลาง
11. มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.34	0.87	ปานกลาง
รวม	3.38	0.68	ปานกลาง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลงวันที่สิทธิ์

จากตารางที่ 39 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านกายภาพ หรือภูมิทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.38) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน ($\overline{X}$ = 3.59) การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ มีการจัดการที่เหมาะสม เท่ากับสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีความสวยงาม การปลูกต้นไม้มีความกลมกลืนเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.53) และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 8 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ มีการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่สม่ำเสมอ เท่ากับสภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม (น้ำ , อากาศ , เสียง , สภาพโดยรอบ) มีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.50) การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่ง

พื้นที่ในการอนุรักษ์ พื้นที่นันทนาการ เป็นต้นมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.47) มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.34) มีแผนการติดตามและประเมินการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.25) มีการจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะเด่น ($\overline{X}$ = 3.19) มีการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและศาสนสถานที่มีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.16) อันดับสุดท้ายคือการปลูกอาคารสิ่งก่อสร้างและชุมชน ไม่มีการรุกล้ำแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน ($\overline{X}$ = 3.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านแหล่งเรียนรู้

ด้านแหล่งเรียนรู้	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.69	0.86	มาก
2. การจัดทำคู่มือนำชม และ การจัดให้มีวิทยากรนำชม	3.56	0.56	มาก
3. การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายความรู้และประวัติประจำสถานที่ต่าง ๆ	3.38	0.49	ปานกลาง
4. มีการจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ ได้แก่ การจัดทำวีดีทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น	3.34	0.60	ปานกลาง
5. มีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นครั้งคราว	3.25	0.62	ปานกลาง
6. มีการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.50	0.51	ปานกลาง
7. มีการจัดอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม	3.53	0.51	มาก
8. มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรโบราณวัตถุและโบราณสถาน	2.81	0.59	ปานกลาง
9. มีสื่อหลายประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	2.47	0.84	น้อย
10. สื่อมีความน่าสนใจและเป็นข้อมูลปัจจุบัน มีความทันสมัย	3.00	0.57	ปานกลาง
11. ภาษาที่ใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	3.31	0.74	ปานกลาง
12. มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว	2.62	0.87	ปานกลาง
รวม	3.21	0.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 40 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ด้านแหล่งเรียนรู้โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.21) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ($\overline{X}$ = 3.69) การจัดทำคู่มือนำชมและการจัดให้มีวิทยากรนำชม ($\overline{X}$ = 3.56) มีการจัดอบรมพนักงานเป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.53)

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตามลำดับ อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 8 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ มีการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.50) การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายความรู้ และประวัติประจำสถานที่ต่าง ๆ ($\overline{X}$ = 3.38) มีการจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ ได้แก่ การจัดทำวีดีทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น ($\overline{X}$ = 3.34) ภาษาที่ใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ($\overline{X}$ = 3.31) มีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นครั้งคราว ($\overline{X}$ = 3.25) สื่อมีความน่าสนใจและเป็นข้อมูลปัจจุบันมีความทันสมัย ($\overline{X}$ = 3.00) มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรโบราณวัตถุและโบราณสถาน ($\overline{X}$ = 2.81) มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 2.62) ตามลำดับ และสุดท้ายอยู่ระดับน้อย 1 ข้อคือ มีสื่อหลายประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 2.47)

ตารางที่ 41 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน

ด้านความสะดวก หรือ การบริการพื้นฐาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือ เส้นทางท่องเที่ยว	2.06	0.88	น้อย
2. การจัดทำที่นั่งพัก	2.97	0.47	ปานกลาง
3. การจัดที่จอดรถ และยานพาหนะต่าง ๆ	3.09	0.82	ปานกลาง
4. การจัดการเรื่องห้องสุขา	3.25	0.84	ปานกลาง
5. การจัดการระบบระบายน้ำ	3.13	0.83	ปานกลาง
6. การจัดการเรื่องแสงสว่างอย่างเหมาะสม	3.63	0.61	มาก
7. การจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก	2.88	0.91	ปานกลาง
8. การจัดระบบกำจัดขยะหรือ ภาชนะรองรับขยะ	3.03	0.86	ปานกลาง
9. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ	3.41	0.67	ปานกลาง
10. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีอัธยาศัยดี และมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้	3.25	0.67	ปานกลาง
11. จำนวนบุคลากรในด้านการบริการมีเพียงพอที่จะให้การบริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่	3.34	0.70	ปานกลาง
12. มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภค เช่น ถนน ห้องสุขา ที่เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	3.34	0.70	ปานกลาง
13. มีการจัดเก็บและกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี	3.31	0.59	ปานกลาง
รวม	3.13	0.46	ปานกลาง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 41 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.13) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือการจัดการเรื่องแสงสว่างอย่างเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.63) อยู่ในระดับปานกลาง 11 ข้อโดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ ($\overline{X}$ = 3.41) จำนวนบุคลากรในด้านการบริการมีเพียงพอที่จะให้การบริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เท่ากับ มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภค เช่น ถนน ห้องสุขา ที่เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ ($\overline{X}$ = 3.34) มีการจัดเก็บและกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี ($\overline{X}$ = 3.31) การจัดการเรื่องห้องสุขา เท่ากับมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีอัธยาศัยดี และมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ($\overline{X}$ = 3.25) การจัดการระบบระบายน้ำ ($\overline{X}$ = 3.13) การจัดที่จอดรถ และยานพาหนะต่าง ๆ ($\overline{X}$ = 3.09) การจัดระบบกำจัดขยะหรือ ภาชนะรองรับขยะ ($\overline{X}$ = 3.03) การจัดทำที่นั่งพัก ($\overline{X}$ = 2.97) และการจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก ($\overline{X}$ = 2.88) ตามลำดับ สุดท้ายอยู่ในระดับน้อย 1 ข้อคือการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือ เส้นทางท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 2.06)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 42 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีระบบเตือนภัย ระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน	3.38	0.79	ปานกลาง
2. มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่	3.06	1.01	ปานกลาง
3. มีความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย	3.31	0.82	ปานกลาง
4. มีความปลอดภัยจากสัตว์	3.44	0.84	ปานกลาง
5. มีป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย	2.97	0.78	ปานกลาง
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน ไม่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะหรือของเสีย ไม่ขัดต่อทัศนียภาพ	3.66	0.83	มาก
7. มีการจัดการในการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว	3.41	0.71	ปานกลาง
8. การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ เช่น ทำป้ายเตือนจุดอันตราย จำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม	3.25	0.67	ปานกลาง
9. มีการแจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่	3.44	0.80	ปานกลาง
รวม	3.32	0.55	ปานกลาง

จากตารางที่ 42 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.32) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน1 ข้อคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน เช่น ไม่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมกับแหล่งท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะหรือของเสียไม่ขัดต่อทัศนียภาพ ($\overline{X}$ = 3.66) อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 8 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ มีความปลอดภัยจากสัตว์ เท่ากับ มีการแจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่ ($\overline{X}$ = 3.44) มีการจัดการในการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรม ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม ($\overline{X}$ = 3.41) มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.38) มีความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ($\overline{X}$ = 3.31) การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ เช่นทำป้ายเตือนจุดอันตราย จำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม การจัดบริการติดตามของหาย ($\overline{X}$ = 3.25) มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ ($\overline{X}$ = 3.06) และ มีป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย ($\overline{X}$ = 2.97) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 43 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม

ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.28	1.05	ปานกลาง
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่	3.16	1.05	ปานกลาง
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	3.22	1.01	ปานกลาง
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	3.37	0.98	ปานกลาง
5. ชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมืองมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก	3.09	0.86	ปานกลาง
6. มีการรับฟังข้อเสนอแนะ และความต้องการของชุมชน	3.31	0.74	ปานกลาง
7. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของชุมชน	3.16	0.85	ปานกลาง
8. นำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆมาพิจารณาร่วมกันโดยปัญหาที่เป็นพื้นฐาน คือ ปัญหาด้านผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน	3.50	0.92	ปานกลาง
รวม	3.26	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 43 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ในด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.26) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมดโดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ นำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆมาพิจารณาร่วมกันโดยปัญหาที่เป็นพื้นฐานคือปัญหาด้านผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน($\overline{X}$ = 3.50) กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ($\overline{X}$ = 3.37) มีการรับฟังข้อเสนอแนะ และความต้องการของชุมชน ($\overline{X}$ = 3.31) มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\overline{X}$ = 3.28) ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ($\overline{X}$ = 3.22) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของชุมชน ($\overline{X}$ = 3.16) และชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร และสินค้าพื้นเมือง มีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก ($\overline{X}$ = 3.09) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ แบ่งออกเป็น 5 ข้อ ดังนี้คือ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1. ความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 44 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง

ความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์	10	31.3
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง วัดเขาดีสลัก และ โบราณสถาน ต่าง ๆ เป็นต้น	8	25.0
3. การเดินทางสะดวกสบาย ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	4	12.5
4. มีวัตถุโบราณให้ได้ศึกษาหาความรู้ ได้แก่ ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปสมัยอู่ทอง ธรรมจักร เป็นต้น	4	12.5
5. เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทย	4	12.5
6. วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตของคนโบราณ	2	6.3
รวม	32	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่าความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากที่สุดคือ เป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์มีความเป็นเมืองเก่า มีร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดเขาดีสลัก และโบราณสถาน ต่าง ๆ เป็นต้น มีร้อยละ 25.0 การเดินทางสะดวกสบาย ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีจำนวนร้อยละเท่ากับ มีวัตถุโบราณให้ได้ศึกษาหาความรู้ ได้แก่ ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปสมัยอู่ทอง ธรรมจักร เป็นต้น และเท่ากับเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งมีร้อยละ 12.5 และ สุดท้ายคือวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนโบราณ มีร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

2. ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 45 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว

ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งของ	7	21.9
2. รักษาความสะอาด และ ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะกับแหล่งท่องเที่ยว	5	15.6
3. ไม่ซื้อสินค้าที่มีคนขายนำมาแอบอ้างว่าเป็นโบราณวัตถุ เช่น ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปโบราณ เป็นต้น	5	15.6
4. ช่วยกันประชาสัมพันธ์ บอกต่อให้บุคคลอื่น ๆ มาท่องเที่ยว	5	15.6
5. ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เที่ยวชมอย่างมีระเบียบ และ เคารพในสถานที่นั้น ๆ	3	9.4
6. ควรมีความสนใจ ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ	3	9.4
7. ไม่จับต้อง และเคลื่อนย้ายโบราณวัตถุที่จัดแสดง	2	6.3
8. ไม่ควรนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในสถานที่ที่ห้ามนำเข้าไป	1	3.1
9. เที่ยวชมอย่างสงบ ไม่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น	1	3.1
รวม	32	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่าข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง โดยส่วนใหญ่เห็นว่านักท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยวไม่ทำลายสิ่งของ ซึ่งมีร้อยละ 21.9 รองลงมาคือ รักษาความสะอาด และ ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะกับแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนร้อยละเท่ากับ ไม่ซื้อสินค้าที่มีคนขายนำมาแอบอ้างว่าเป็นโบราณวัตถุ เช่น ลูกปัด พระพุทธรูป เป็นต้น เท่ากับ ช่วยกันประชาสัมพันธ์ บอกต่อให้บุคคลอื่น ๆ มาท่องเที่ยวซึ่งมีร้อยละ 15.6 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เที่ยวชมอย่างมีระเบียบและเคารพในสถานที่ เท่ากับควรมี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ความสนใจ ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีร้อยละ 9.4 ไม่จับต้อง และเคลื่อนย้ายโบราณวัตถุที่จัดแสดง มีร้อยละ 6.3 และ ไม่ควรนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในสถานที่ที่ห้ามนำเข้าไป เท่ากับ เที่ยวชมอย่างสงบ ไม่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น มีร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

3. ปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 46 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว

ปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งโบราณสถานไม่ได้รับการบูรณะและ พัฒนามาเป็นระยะเวลานาน	11	34.4
2. วัชพืชและต้นหญ้า ที่ขึ้นปกคลุมโบราณสถานก่อให้เกิดความเสียหาย	8	25.0
3. ความมักง่าย และขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ การขีดเขียนตามสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น	5	15.6
4. คนในท้องถิ่นขาดความรักและหวงแหนในทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	5	15.6
5. ความเห็นแก่ตัวของคนในท้องถิ่น ขาดความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาท้องถิ่นตนเอง ก่อให้เกิดปัญหาต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการรุกล้ำโบราณสถาน เป็นต้น	3	9.4
รวม	32	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 46 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่าปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง โดยส่วนใหญ่เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งโบราณสถานไม่ได้รับการบูรณะและพัฒนามาเป็นระยะเวลานาน ซึ่งมีร้อยละ 34.4 รองลงมาคือวัชพืช และต้นหญ้า ที่ขึ้นปกคลุมโบราณสถานก่อให้เกิดความเสียหาย มีร้อยละ 25.0 ความมักง่าย และขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ การขีดเขียนตามสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งมีร้อยละเท่ากับ คนในท้องถิ่นขาดความรักและหวงแหนในทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นของตนเอง มีร้อยละ 15.6 และสุดท้ายคือความเห็นแก่ตัวของคนในท้องถิ่น ขาดความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาท้องถิ่นตนเอง ก่อให้เกิดปัญหาต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการรุกล้ำโบราณสถาน เป็นต้น มีร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 47 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต้องช่วยกันดูแล อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะโบราณสถานต่าง ๆ และไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสมบัติของชุมชน	12	37.5
2. ชุมชนต้องช่วยกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	7	21.9
3. ควรเริ่มต้นจากคนในชุมชน ช่วยกันปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกให้ลูกหลาน รักและหวงแหนในท้องถิ่นตนเอง	5	15.6
4. ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองโบราณอู่ทอง	4	12.5
5. ให้ความรู้ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว	4	12.5
รวม	32	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 47 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง โดยส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมได้คือ ต้องช่วยกันดูแล อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะโบราณสถานต่าง ๆ และไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสมบัติของชุมชน มีร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ชุมชนต้องช่วยกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว มีร้อยละ 21.9 ควรเริ่มต้นจากคนในชุมชนช่วยกันปลูกฝังสร้างจิตสำนึกให้ลูกหลานรักและหวงแหนในท้องถิ่นตนเอง มีร้อยละ 15.6 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองโบราณอู่ทอง มีเท่ากับให้ความรู้ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

ตารางที่ 48 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง	8	25.0
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและให้มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะท้องถิ่นและจังหวัดสุพรรณบุรี	7	21.9
3. การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น	5	15.6
4. ต้องให้ความรู้ ความเข้าใจ และให้เห็นความสำคัญของเมืองโบราณ อู่ทองกับคนในท้องถิ่น เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ	5	15.6
5. ปรับปรุงถนนทางเข้า และทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม มีจุดเด่น	3	9.4
6. ควรมีการจัดทำโครงการ กองทุนของชุมชน เพื่อทำการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะโบราณสถาน	2	6.3
7. ปรับปรุงภูมิทัศน์ แหล่งโบราณสถาน คูเมือง และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสวยงาม	2	6.3
รวม	32	100.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 48 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่าสิ่งที่เสนอแนะมากที่สุดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เมืองโบราณอู่ทอง คือ ควรจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง มีร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและให้มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหน่วยงานท้องถิ่นในเขตอำเภออู่ทอง และจังหวัดสุพรรณบุรี มีร้อยละ 21.9 การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น เท่ากับต้องให้ความรู้ ความเข้าใจ และให้เห็นความสำคัญของเมืองโบราณอู่ทองกับคนในท้องถิ่น เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีร้อยละ 15.6 ปรับปรุงถนนทางเข้า และทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม มีจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มีร้อยละ 9.4 ควรมีการจัดทำโครงการกองทุนของชุมชน เพื่อทำการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะโบราณสถาน เท่ากับปรับปรุงภูมิทัศน์ แหล่งโบราณสถาน คูเมือง และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสวยงาม มีร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ทดสอบ จำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t – test อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Analysis of Variance (ANOVA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นไปตามประเด็นที่ศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัยในการสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

สรุปผลการวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” สรุปผลการวิจัยโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา ได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลได้ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีจำนวนมากที่สุด การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษามีจำนวนมากที่สุด

1.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรีครั้งนี้เป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง ประเภทกลุ่มเดินทางคือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน โดยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด

1.3 นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงระดับแรงจูงใจจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านการบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับและสุดท้าย มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการประชาสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาใน**ด้านการบริการ**โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ บุคลากรและเจ้าหน้าที่ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ให้บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ข้อมูลชัดเจนและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูล การจัดให้มีคู่มือนำชม มีการจัดทำหนังสือ แผ่นพับ สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่ายและเหมาะสม การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอและจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ขั้นตอนในการเข้าชมมีความเหมาะสม และแผ่นป้ายสัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาใน**ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว**โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ มีความสำคัญทางด้านโบราณคดี และประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดีประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปวัตถุ สถานที่สำคัญทางศาสนาได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง โบราณสถานต่าง ๆ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาใน**ด้านการเดินทาง**โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ การเดินทางมีความสะดวกสบาย และปลอดภัย ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม และมีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมื่อพิจารณาใน**ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว**โดยรวมอยู่ในระดับมากและพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน3 ข้อโดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ เพื่อศึกษาหาความรู้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาคนในอดีต เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และอยู่ในระดับน้อยจำนวน 1 ข้อคือ มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ

เมื่อพิจารณาใน**ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก**โดยรวมอยู่ในระดับมากและพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้คือ ไฟฟ้าแสงสว่างเพียงพอต่อความต้องการและมีความเหมาะสม อาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือบริการข้อมูล ฯลฯ มีความเหมาะสม มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ มีการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน เพียงพอ และมีความเหมาะสม การจัดทำที่นั่งพักผ่อน เพียงพอและมีความเหมาะสม สถานที่จอดรถ เพียงพอและมีความสะดวก ตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 4 ข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ ถังขยะ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอ และมีความสะอาด ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น มีเพียงพอ ตำแหน่งร้านค้า

และราคาสินค้า มีความเหมาะสม และร้านอาหาร เครื่องดื่ม มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสมตามลำดับ

เมื่อพิจารณาใน**ด้านการประชาสัมพันธ์**ซึ่งมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้คือ แผ่นพับ นิตยสารหรือการท่องเที่ยว สารคดี อินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หรือวิทยุท้องถิ่น และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

1.4 นักท่องเที่ยวที่มี**เพศ**แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

1.5 นักท่องเที่ยวที่มี**อายุ**แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการบริการ พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี และ41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการเดินทาง พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี และมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยรวม พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 50 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 – 60 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 นักท่องเที่ยวที่มี**ระดับการศึกษา**แตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เรียนหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เรียนหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยรวม พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.7 นักท่องเที่ยวที่มี**อาชีพ**แตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ และอื่นๆ(ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

นักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการบริการ พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน /นักศึกษา และ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการเดินทาง พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ(ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เกษียณอายุ นักเรียน / นักศึกษา และอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางแตกต่างกับอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ได้แก่ อัตราจ้าง ทำนา ดารา นักร้อง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษียณอายุ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และไม่ได้ประกอบอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยรวม พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพทำกิจการส่วนตัวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1.8 การแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวต้องการศึกษาหาความรู้จากสถานที่จริง นอกเหนือไปจากการอ่านจากหนังสือ รองลงมาคือ เมืองโบราณอู่ทองมีความเป็นเมืองเก่าในสมัยโบราณเป็นการท่องเที่ยวเพื่อตามรอยประวัติศาสตร์ สำหรับสิ่งที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจในการนำเสนอความสำคัญและจุดเด่น

สำหรับข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวเสนอแนะมากที่สุดคือ ทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรมีการติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ช่วยประชาสัมพันธ์ เช่น ฝากแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ติดป้ายโฆษณาเพื่อเชิญชวนให้แวะเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

2. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ สรุปผลได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

2.1 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีจำนวนเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี และ ทำงานมาเป็นระยะเวลา 1 - 10 ปี

2.2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ด้านแหล่งเรียนรู้ และด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาใน**ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์** พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การดูแล รักษา แหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ มีการจัดการที่เหมาะสม มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีความสวยงาม การปลูกต้นไม้มีความกลมกลืน เหมาะสม ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและศาสนสถานที่มีความเหมาะสม มีการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่สม่ำเสมอ มีการจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะเด่น การปลูกอาคารสิ่งก่อสร้างและชุมชน ไม่มีการรุกล้ำแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม (น้ำ , อากาศ , เสียง , สภาพโดยรอบ)

มีความเหมาะสม มีแผนการติดตาม และ ประเมินการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาใน**ด้านแหล่งเรียนรู้** พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำคู่มือนำชม และ การจัดให้มีวิทยากรนำชม มีการจัดอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายความรู้ และประวัติประจำสถานที่ต่าง ๆ มีการจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ มีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นครั้งคราว มีการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรโบราณวัตถุและโบราณสถาน สื่อมีความน่าสนใจและเป็นข้อมูลปัจจุบัน มีความทันสมัย ภาษาที่ใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาใน**ด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน** พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดการเรื่องแสงสว่างอย่างเหมาะสม และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลางได้แก่ การจัดทำที่นั่งพัก การจัดที่จอดรถ และยานพาหนะต่าง ๆ การจัดการเรื่องห้องสุขา การจัดการระบบระบายน้ำ การจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก การจัดระบบกำจัดขยะหรือ ภาชนะรองรับขยะ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีอัธยาศัยดีและมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวนบุคลากรในด้านการบริการมีเพียงพอที่จะให้การบริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภค มีการจัดเก็บและกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี

เมื่อพิจารณาใน**ด้านความปลอดภัย** พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีแผนที่ป้ายบอกสถานที่ มีความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย มีความปลอดภัยจากสัตว์ มีป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย มีการจัดการในการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรม ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดความร่วมมือ มีการแจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่

เมื่อพิจารณาใน**ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม** พบว่าระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลางทั้งหมดได้แก่ มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งเสริมสิทธิ

ยอมรับของคนในท้องถิ่น ชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการรับฟังข้อเสนอแนะและความต้องการของชุมชน การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของชุมชน นำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆมาพิจารณาร่วมกันโดยปัญหาที่เป็นพื้นฐาน คือ ปัญหาด้านผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน

2.3 การแสดงความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์มีดังนี้

สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากที่สุดคือ เป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ มีความเป็นเมืองเก่า รองลงมาคือมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง วัดเขาดีสลัก และโบราณสถาน ต่าง ๆ เป็นต้น ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทองคือ นักท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งของ รองลงมาคือ รักษาความสะอาด และไม่ก่อให้เกิดมลภาวะกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ซื้อสินค้าที่มีคนขายนำมาแอบอ้างว่าเป็นโบราณวัตถุ

ด้านปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งโบราณสถานไม่ได้รับการบูรณะ และ พัฒนามาเป็นระยะเวลานาน และสิ่งที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมได้คือ ต้องช่วยกันดูแล อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะโบราณสถานต่าง ๆ และไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสมบัติของชุมชน สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

3. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ของการจัดการท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง โดยพิจารณาจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ ตามลำดับหัวข้อดังนี้

3.1 ความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวสรุปผลได้ดังนี้

3.1.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า**สิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว**มากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวต้องการศึกษาหาความรู้จากสถานที่จริงนอกเหนือไปจากการอ่านจากหนังสือ นอกจากนี้แรงจูงใจอื่น ๆ ที่สำคัญคือ เมืองโบราณอู่ทองมีความเป็นเมืองเก่าในสมัยโบราณเป็นการท่องเที่ยวเพื่อตามรอยประวัติศาสตร์ ต้องการศึกษาประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตของคนโบราณ ศึกษาศิลปะสมัยทวารวดี นักท่องเที่ยวต้องการมาชมโบราณวัตถุซึ่งจัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

3.1.2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่า **ความสำคัญและจุดเด่นของเมืองโบราณอู่ทอง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว**ได้มากที่สุดคือ เป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์มีความเป็นเมืองเก่า นอกจากนี้แรงจูงใจอื่น ๆ ที่สำคัญคือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม การเดินทางสะดวกสบาย ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีวัตถุโบราณให้ได้ศึกษาหาความรู้ ได้แก่ ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปสมัยอู่ทอง ธรรมจักร เป็นต้น และเท่ากับ เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ และ โบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทย

3.2 สิ่งที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง

3.2.1 สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าเป็น**ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยว**มากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ ที่สำคัญได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจในการนำเสนอความสำคัญ และจุดเด่น ป้ายบอกทาง และ ป้ายทางเข้ามีขนาดเล็ก ไม่ชัดเจนทำให้สับสน ไม่มีการเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ขาดระบบในการจัดให้คำแนะนำ เช่น เมื่อมาเที่ยวที่แห่งนี้แล้วควรจะไปเที่ยวที่ไหนต่อไป โบราณสถานขาดการบูรณะ รกร้าง ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวชำรุด ไม่ได้รับความสะดวก คนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทองให้ความสนใจ และรับรู้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตนเองน้อย และไม่มีสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เมืองโบราณอู่ทอง

มหาวิทยาลัยศิลปากร ส่งวนลิขสิทธิ์

3.2.2 พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่า **ปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว** โดยส่วนใหญ่เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งโบราณสถานไม่ได้รับการบูรณะ และ พัฒนามาเป็นระยะเวลานาน นอกจากนี้ปัญหาอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ วัชพืช และต้นหญ้า ที่ขึ้นปกคลุมโบราณสถานก่อให้เกิดความเสียหาย ความมักง่ายและขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ การขีดเขียนตามสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น คนในท้องถิ่นขาดความรักและหวงแหนในทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นของตนเอง ความเห็นแก่ตัวของคนในท้องถิ่น ขาดความร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาท้องถิ่นตนเอง ก่อให้เกิดปัญหาต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการรุกล้ำโบราณสถาน เป็นต้น

3.3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

3.3.1 สิ่งที่**นักท่องเที่ยวเสนอแนะ**มากที่สุดคือ ทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะอื่น ๆที่สำคัญได้แก่ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวชมรอบเมืองโบราณอู่ทอง โดยจัดให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสายวัฒนธรรม โดยใช้จักรยาน หรือ รถรางเป็นยานพาหนะ การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น การรณรงค์ให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญ โดยกระตุ้นจิตสำนึก รักและหวงแหนเมืองโบราณอู่ทองแก่เยาวชน การจัดกิจกรรมที่แสดงความเป็นพื้นบ้านอย่างมีเอกลักษณ์ เช่น

อาหารพื้นบ้าน ผ้าทอ เป็นต้น มีป้ายเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวในตัวเมืองสุพรรณบุรี สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น บึงฉวาก ตลาดสามชุก เป็นต้น กรมศิลปากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการ การปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องช่วยกันจัดการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

3.3.2 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่า **ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เมืองโบราณอู่ทอง** โดยส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง ข้อเสนอแนะอื่น ๆที่สำคัญ ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และให้มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหน่วยงานท้องถิ่นในเขตอำเภออู่ทอง และจังหวัดสุพรรณบุรี การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น การให้ความรู้ความเข้าใจ และให้เห็นความสำคัญของเมืองโบราณอู่ทองกับคนในท้องถิ่น เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

นอกจากนี้พบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่า **ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง** โดยส่วนใหญ่เห็นว่า นักท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งของ ข้อควรปฏิบัติอื่น ๆ ได้แก่ รักษาความสะอาด และ ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะกับแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนร้อยละเท่ากับไม่ซื้อสินค้าที่มีคนขายนำมาแอบอ้างว่าเป็นโบราณวัตถุ เช่น ลูกปัดโบราณ พระพุทธรูปโบราณ เป็นต้น และเท่ากับ ช่วยกันประชาสัมพันธ์ บอกต่อให้บุคคลอื่น ๆ มาท่องเที่ยว ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เที่ยวชมอย่างมีระเบียบ และ เคารพในสถาน เท่ากับ ควรมีความสนใจ ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไม่จับต้อง และเคลื่อนย้ายโบราณวัตถุที่จัดแสดง และ ไม่ควรนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในสถานที่ที่ห้ามนำเข้าไป เท่ากับ เที่ยวชมอย่างสงบ ไม่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นว่า **การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง** โดยส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมได้คือ ต้องช่วยกันดูแล อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะโบราณสถานต่าง ๆ และไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสมบัติของชุมชน และการมีส่วนร่วมอื่น ๆ ได้แก่ ชุมชนต้องช่วยกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ควรเริ่มต้นจากคนในชุมชน ช่วยกันปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกให้ลูกหลานรักและหวงแหนในท้องถิ่นตนเอง ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองโบราณอู่ทอง การให้ความรู้ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี" อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จากการศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณ เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่าระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และอีก 1 ด้านมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้เนื่องจาก**ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น**ของอับบราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow 1954) ที่กล่าวว่า "มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการเสมอและความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นสากล" โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้น คือ ความต้องการทางสรีระ (Physiological Need) ความต้องการสวัสดิภาพ (Safety Need) ความต้องการทางสังคม ความรักและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social Need and Esteem Need) ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียงและความนับถือตนเอง (Esteem Need) ความต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง (Self – actualization Need) (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร 2545 : 166) ซึ่งสอดคล้องกับ**ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation)**ที่กล่าวไว้ว่า สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่นั้น จะมีแรงจูงใจ(Motivation) ที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือแรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) แรงจูงใจด้านส่วนตัว (Interpersonal Motivation) แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) (McIntosh and Goeldner 1986 : 124 – 125) หากความต้องการดังกล่าวสามารถได้รับการตอบสนองได้อย่างดี คนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรืออาจกล่าวได้ว่าความรู้สึกความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล จะกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง สามารถอธิบายได้ว่า การพิจารณาในด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทองสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

ด้านการบริการในการเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในเมืองโบราณอู่ทองได้รับความสะดวกการจัดให้มีคู่มือนำชม มีการจัดทำหนังสือ แผ่นพับ สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอ และจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีความสำคัญทางด้านโบราณคดี และ ประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดีประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม โบราณศิลปวัตถุ โบราณสถานที่สำคัญทางศาสนา ได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชาวลาวโซ่ง ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง โบราณสถานต่าง ๆ

ด้านการเดินทาง การเดินทางมีความสะดวกสบาย และปลอดภัย ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม และมีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาหาความรู้ ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาคนในอดีต เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้าแสงสว่าง เพียงพอต่อความต้องการ มีอาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ มีการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน การจัดทำที่นั่งพักผ่อน สถานที่จอดรถ

ด้านการประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ นิตยสารหรือการท่องเที่ยว สารคดี อินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หรือวิทยุท้องถิ่น และ หนังสือพิมพ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

จากข้อมูลข้างต้นกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการตอบสนองทางกาย เช่น ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด ต้องการความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน ความบันเทิง เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งที่ทำให้รู้สึกปลอดภัยและมั่นคง เช่น ความปลอดภัยในการเดินทาง ที่พัก การบริการที่ซื่อสัตย์ มีความจริงใจ เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งที่แสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้น ๆ เช่น มีความคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับตนเอง คาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ของตนได้ เป็นต้น นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง เช่น การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากสถานที่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้นนักท่องเที่ยวต้องการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วยตนเอง

ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองความต้องการจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทองจึงมากเช่นกัน ดังนั้นระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทองโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก (ยกเว้นในด้านการประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม ประเมโท (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยที่จูงใจให้เข้ามาท่องเที่ยวอันดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของ

แหล่งท่องเที่ยว ต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทบริการนำเที่ยวให้เลือกมากมาย ตามลำดับ นอกจากนี้ สุภา นาแซง (2545) ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ และด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ จูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จัดเป็นความต้องการการตอบสนองในด้านต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว

2. จากสมมติฐานของการวิจัยที่ว่า “นักท่องเที่ยวที่มี**เพศ**แตกต่างกัน จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน”

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ทั้งนี้เนื่องจากแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีรากฐานเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาและสังคมวิทยา ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง หมายความรวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ การศึกษา สุขภาพ ศาสนา การเมือง และ**ปัจจัยส่วนบุคคล** ปัจจัยจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะเป็นการเดินทางเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เช่น ความต้องการพบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง การทำกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นการเดินทางเพื่อเติมเต็มความต้องการส่วนบุคคล การเดินทางเพื่อการติดต่อทางสังคม การเดินทางเพื่อค่านิยมทางสังคม เป็นต้น (Gee, Makens and Choy 1989 : 50 - 55) และผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยได้อธิบายไว้ว่า เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนมากกว่าเพศชาย จึงทำให้มีความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น เพศ จึงจัดเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลทำให้มีระดับแรงจูงใจที่แตกต่างกัน

3. จากสมมติฐานของการวิจัยที่ว่า “นักท่องเที่ยวที่มี**อายุ**แตกต่างกัน จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน”

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หากพิจารณาการจำแนกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตามอายุพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มากที่สุด ส่วนช่วงอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี จะมีจำนวนน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา นิ่มหิรัญวงศ์ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในระดับน้อย ซึ่งเมืองโบราณอู่ทองจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงทำให้ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทองในจำนวนน้อยเช่นกัน ในทางตรงกันข้ามเป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่ดีจึงมีนักท่องเที่ยวอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา

จากแนวคิดแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความต้องการในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น มีความต้องการ และ ความปรารถนาที่จะหลีกหนีจากสิ่งที่เป็นอยู่ มีความต้องการที่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือเกิดจากข้อจำกัดทางด้านเวลา สถานภาพทางเศรษฐกิจ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น แต่สิ่งที่เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ใช่ตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทุกคน เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีทัศนคติ (Attitude) การยอมรับ (Perception) ที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและการยอมรับของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ไม่ใช่สิ่งที่จะบอกได้ว่า อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Travel Motivation) ที่แตกต่างกันออกไป (สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ 2544 : 67) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ แสงจันทร์(2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คืออายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุแตกต่างกัน ทำให้มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย

4. จากสมมติฐานของการวิจัยที่ว่า “นักท่องเที่ยวที่มี**ระดับการศึกษา**แตกต่างกัน จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน”

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

โดยในแง่ของปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) ซึ่งนักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) เสนอข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มี หรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากของตน เป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือหาสิ่งที่ชดเชยที่ตนไม่มี ปัจจัยทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศ หรือท้องถิ่นของตนเอง ส่งผลให้มี**แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural / Personal Education Motives)** ได้แก่ แรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น ต้องการศึกษาหาความรู้ อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน มีความสนใจอยากรู้เรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี สนใจเรื่องธรรมชาติ สนใจว่าชาติอื่น ๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco - Tourism) เป็นต้น (สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ 2544 : 92 - 93) มีความแตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภา นาแซง (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยโดยรวม และในด้านต่าง ๆ (ยกเว้นการสื่อสาร) เป็นปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวจูงใจในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาอื่น ๆ ดังนั้นระดับการศึกษาจึงเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลให้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของบุคคลแตกต่างกัน

5. จากสมมติฐานของการวิจัยที่ว่า"นักท่องเที่ยวที่มี**อาชีพ**แตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน"

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้เนื่องจาก การดำรงชีวิตของมนุษย์จำเป็นต้องมีทั้งการประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงชีพควบคู่ไปกับการนันทนาการ เนื่องจากการประกอบอาชีพของมนุษย์ก่อให้เกิดความตึงเครียด จึงต้องมีการนันทนาการเพื่อความผ่อนคลายความเครียดในยามว่าง ซึ่งนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่นิยมกันมากคือ การท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 2) และอาชีพแต่ละอาชีพย่อมมีลักษณะรูปแบบและวิธีการต่างกันจึงมีผลทำให้คนที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชื่อและทัศนคติที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ตอบสนองความต้องการ หรือ ความรู้สึกความต้องการที่เกิดขึ้นกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทาง ดังนั้นอาชีพที่แตกต่างกันจึงมีผลให้บุคคลมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.1 เมืองโบราณอู่ทองควรได้รับการอนุรักษ์ บำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งโบราณสถาน ศาสนสถาน คูเมืองโบราณ และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ยังทรงคุณค่าไว้ เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทย โดยยังคง

เอกลักษณ์ความเป็นเมืองเก่า รวมทั้งควรมีการปรับปรุงในด้านภูมิทัศน์ ถนนทางเข้า และป้ายแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยกรมศิลปากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน หน่วยงานท้องถิ่นในเขตอำเภออู่ทอง และจังหวัดสุพรรณบุรี ต้องเข้ามาดูแลพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และให้มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

1.2 การประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น การติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น บึงฉวาก ตลาดสามชุก เป็นต้น เพื่อให้ช่วยประชาสัมพันธ์ ฝากแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ติดป้ายโฆษณาเพื่อเชิญชวนให้แวะเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง และชี้ให้เห็นว่าสุพรรณบุรีมีเมืองโบราณอู่ทองซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่คนจังหวัดสุพรรณบุรี และคนในพื้นที่อู่ทอง ควรมีความภาคภูมิใจ

1.3 การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทองเพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวชมรอบเมืองโบราณอู่ทอง การจัดให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสายวัฒนธรรม โดยใช้จักรยานหรือรถรางเป็นยานพาหนะเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบหนึ่ง ควรทำให้เกิดการเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มีการจัดให้คำแนะนำ เช่น เมื่อมาเที่ยวที่แห่งนี้แล้วควรจะไปเที่ยวที่ไหนต่อไป อาจจัดทำในรูปแบบของวารสาร “เมืองโบราณอู่ทอง” เป็นการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณ อู่ทอง

1.4 ต้องให้ความรู้ ความเข้าใจกับคนในอำเภออู่ทอง ชี้ให้เห็นความสำคัญของเมืองโบราณอู่ทองกับคนในท้องถิ่น เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ชุมชนควรมีส่วนร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องช่วยกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งคนในชุมชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองโบราณอู่ทอง สร้างจิตสำนึกให้ลูกหลาน รักและหวงแหนในท้องถิ่นตนเอง ต้องช่วยกันดูแล อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด โดยเฉพาะโบราณสถานต่าง ๆ และไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสมบัติของชุมชน ให้ความรู้เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.5 ควรประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในท้องถิ่น โดยดึงหน่วยงานภาคชุมชน และประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวของอำเภออู่ทอง

1.6 การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดงานเทศกาลประจำปี การจัดกิจกรรมให้โรงเรียน และชุมชนเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ วัด การจัดกิจกรรมที่แสดงความเป็นพื้นบ้านอย่างมีเอกลักษณ์ เช่น อาหารพื้นบ้าน ผ้าทอ เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทองมากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

1.7 การใช้สื่อและเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนา และ ส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อ Electronic ที่ดึงดูดใจ การบรรยายแบบมีเสียง และ ภาพเคลื่อนไหวบางช่วงบางตอนที่สำคัญ เพื่อทำความเข้าใจเรื่องราว ก่อนการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง

1.8 ควรมีสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เมืองโบราณอู่ทอง มีการปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าต่าง ๆ ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของที่ระลึกของเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าที่ระลึก

1.9 ควรจัดให้มีการอบรม ให้ความรู้ คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่ประจำตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และบุคลากรในชุมชน โดยเน้นไปที่ความสอดคล้องและความต้องการของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมั่นใจ ด้วยกิริยาที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายที่เหมาะสมกับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีที่สำคัญ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทองมากยิ่งขึ้น จึงควรได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การศึกษาทักษะและแนวทางการพัฒนาทักษะแรงงานในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้งในระดับชุมชน และครัวเรือนตำบล ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจทางด้านเศรษฐกิจให้แก่ประชาชนในชนบท ให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยกันสนับสนุนการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว

การศึกษาและพัฒนาการใช้สื่อและเทคโนโลยี มาช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง เนื่องจากในปัจจุบันสื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันรวมถึงการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ดังนั้นจึงควรพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย มีความน่าสนใจ นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิผล ช่วยให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทองมากยิ่งขึ้น

การศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของประชาชนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทองและจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้คนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างมาก ถ้ามีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องจะทำให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง เกิดการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งทราบถึงสภาพความต้องการที่แท้จริงของคนในพื้นที่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมศิลปากร. ก โบราณวิทยาเรื่องเมืองอู่ทอง. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศิวพร, 2509.

_____. ข รายงานการสำรวจและขุดแต่งโบราณวัตถุสถานเมืองเก่าอู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2509.

_____. ความรู้ใหม่ทางโบราณคดีจากเมืองอู่ทอง. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศิวพร, 2511.

_____. โบราณสถานที่ยังมิได้ขึ้นทะเบียน เล่ม 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด, 2533.

_____. ทะเบียนโบราณสถานในเขตหน่วยศิลปากรที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สมาพันธ์, 2538.

กรมศิลปากร. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ. ที่ระลึกในวโรกาส สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพิธียกพุ่มข้างบิณฑ์ยอดพระมณฑป และสมโภชรอยพระพุทธบาท วัดเขาดีสลัก จังหวัดสุพรรณบุรี 4 กันยายน 2543. กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2543.

กรมศิลปากร. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี. ก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. ปทุมธานี : ห้างหุ้นส่วนจำกัด สารรังสรรค์, 2545.

_____ .ข โบราณคดีคอกช้างดิน. กรุงเทพฯ : ฟันนี่ พลับบลิชชิ่ง, 2545.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2546 – 2549 [ออนไลน์]. สืบค้นวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2549. สืบค้นจาก http://www.tat.or.th/thai/tatinfo_policy.php

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลดา คอมพิ้วกราฟฟิคการพิมพ์, 2542

กุลวรา สุวรรณพิมล. หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2548.

จารุวรรณ แสงจันทร์. “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2545.

ตรี อมาตยกุล. ของดีในประวัติศาสตร์และโบราณคดี. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญธรรม, 2516

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตุ้ย ชุมสาย ,หม่อมหลวง. จิตวิทยาพาเพลิน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ถวิล ธาราโภชน์ และ ศรัญย์ ดำริสุข. จิตวิทยาทั่วไป, สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. ม.ป.ท., ม.ป.ป.

ทิวา ศุภจรรยา, “สภาพภูมิประเทศแหล่งที่ตั้งชุมชนโบราณในจังหวัดสุพรรณบุรี” เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่องสุพรรณบุรี : ประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรม . กรุงเทพฯ : สถาบันไทยศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับจังหวัดสุพรรณบุรี, 2530.

ธิดา บุญย่านยาว. หนังสือเรียน จิตวิทยาทั่วไป หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ. ม.ป.ท., 2538.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2544.

นิคม ประเมโท. “พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2543.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุริวิยาสาส์น, 2535.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2548.

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง. คู่มือนำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง. สุพรรณบุรี : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง, ม.ป.ป.

พรศุลี อินยะรัตน์. “ศึกษาสภาพและแนวทางการจัดการโบราณสถานเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยคดีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2547.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2543.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

มาโนช ตัณชวนิชย์. มรดกไทยและเรามาช่วยกันรักษาศิลปโบราณวัตถุสถานของชาติ , IF 113 วิชาวัฒนธรรมไทย , คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น , มปป.

มาโนชย์ เชี่ยวชาญ. จิตวิทยาทั่วไป, โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ, สถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี. ม.ป.ท., ม.ป.ป.

ยุพดี เสตพรรณ. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิศิษฐ์การพิมพ์, 2543.

ฤทัยวัลคุ์ มโนสา. “แนวความคิดในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.

วรรณา วงษ์วานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

วศิน อิงคพัฒนากุล. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548.

ศรัญยา วรากุลวิทย์. ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เฟื่องฟ้า พริ้นติ้ง, 2546.

ศักดิ์ชัย สายสิงห์. ศิลปทวารวดี : วัฒนธรรมพุทธศาสนายุคแรกเริ่มในดินแดนไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2547.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. สังคมวิทยากับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2543.

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ. “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา, 2547.

ศรีศักร วัลลิโภดม. ประวัติศาสตร์ โบราณคดี : เมืองอู่ทอง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2549.

ส่วนอุทยานแห่งชาติ สำนักทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้. “เอกสารประกอบการสัมมนาหัวหน้าอุทยานแห่งชาติและวนอุทยาน ครั้งที่ 3 เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอุทยานแห่งชาติ.” วันที่ 23 – 25 สิงหาคม 2545.

สันติ เล็กสุขุม. ประวัติศาสตร์ศิลปะไทย(ฉบับย่อ) : การเริ่มต้นและการสืบเนื่องงานช่างในศาสนา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2548.

สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวง เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ท., 2546.

สายน้ำ เสฏฐพงศ์. สุพรรณบุรี:ทวารวดีศรีสุพรรณภูมิ เมืองแห่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี. กรุงเทพฯ : บริษัท แสงปัญญาเลิศ จำกัด, 2542.

สิทธิโชค วรานุสันติกูล. จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546.

สุชาดา นิ่มหิรัญวงศ์. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ.” วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2544.

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท เฟื่องฟ้า พริ้นติ้ง จำกัด. 2546.

สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล. “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สุพัตรา สุภาพ. สังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพาณิช จำกัด. 2534.

สุภา นาแซง. “การศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2545.

สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ. เอกสารประกอบการสอนวิชา 963 214 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ม.ป.ท., 2544.

สุวะรี ฤกษ์จารี. จิตวิทยาทั่วไป, ภาควิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ม.ป.ท., ม.ป.ป.

เสกสรร สายสีสด. เอกสารประกอบการสอน วิชาระบบสารสนเทศเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุดรธานี.ม.ป.ท., 2545.

อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล. “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.

อุดม เชยกีวงศ์, ประชิด สกุณะพัฒน์ และ วิมล จิโรจพันธุ์. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2548.

อุดร วงษ์ทับทิม, บรรณาธิการ. การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์. เชียงใหม่ : บริษัทมิ่งเมืองนวรัตน์ จำกัด, 2545.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาษาต่างประเทศ

McIntosh, R.W.& Goeldner, C.R. Tourism principle, practices, philosophies. 5 th ed. New York : John Wileysons, 1986.

Bob McKercher and Hilary du Cros. Cultural Tourism : The partnership between tourism and cultural heritage management. Binghamton : The Haworth Hospitality Press, 2002.

Chuck Y. Gee, James C. Makens and Dexter J. L. Choy. The Travel Industry. 2 nd ed. New York : Van Nostrand Reinhold, 1989.

Marianna Sigala and David Leslie. International cultural tourism : management, implications and cases. Oxford : Elsevier Butterworth – Heineman, 2005.

Mick Smith and Rosaleen Duffy. The Ethics of Tourism Development. London : Routledge, 2003.

Robert Christie Mill. Tourism The International Business. The United States of America : Prentice – Hall International, Inc., 1990.

Yvette Reisinger and Lindsay W. Turner. Cross – Cultural Behavior in Tourism : Concepts and Analysis. Oxford : Elsevier Butterworth – Heineman, 2003.

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ที่ ศธ 0520.107 (บฐ) 2672

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

15 มิถุนายน 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการสำนักศิลปากรที่ 2 จังหวัดสุพรรณบุรี

ด้วย นางสาวจุฑามาส คงสวัสดิ์ นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ มัคคุเทศก์ ในหน่วยงานของท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ และมัคคุเทศก์ ทราบ เพื่อขอความ ร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตังกูร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435

ที่ ศธ 0520.107 (นจ) / 2673

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

18 มิถุนายน 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติคู่ทอง

ด้วย นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์ นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณคู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ มัคคุเทศก์ ในหน่วยงานของท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ และมัคคุเทศก์ ทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ชินะตังกูร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

รองศาสตราจารย์ คณิต เขียววิชัย
คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมชาติ อู่อ้น
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดร. นรินทร์ สังข์รักษา
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

นายพนมบุตร จันทรโชติ
ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง
จังหวัดสุพรรณบุรี

นายวสันต์ เทพสุริยานนท์
นักโบราณคดี สำนักศิลปากรที่ 2
จังหวัดสุพรรณบุรี

ภาคผนวก ค

แบบตรวจสอบความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(IOC : Index of Item Objective Congruence)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แบบตรวจสอบความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(IOC : Index of Item Objective Congruence)

เรื่อง

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ชุดคือ

ชุดที่ 1 ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ชุดที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุดที่ 1

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามชุดนี้ มีทั้งหมด แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตอนที่ 4 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด เป็นการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่นๆในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง และสภาพปัญหา ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ
ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

<u>ตอนที่ 1</u> **ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงและคิดว่าถูกที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี
( ) 31 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี
( ) 51 – 60 ปี ( ) มากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี

3. การศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า
( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ( ) ปริญญาตรี
( ) สูงกว่าปริญญาตรี ( ) ไม่ได้เรียนหนังสือ

4. อาชีพ

( ) รับราชการ ( ) รับจ้างทั่วไป
( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน
( ) ทำกิจการส่วนตัว ( ) เกษียณอายุ
( ) นักเรียน / นักศึกษา
( ) ไม่ได้ประกอบอาชีพ
( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

<u>ตอนที่ 2</u> ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงและคิดว่าถูกที่สุด

5. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณอู่ทอง (โบราณสถาน , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ , วัดเขาดีสลัก) มาก่อนหรือไม่

( ) เคย

( ) ไม่เคย

6. ท่านเดินทางมาจากที่ใด

( ) กรุงเทพ และ ปริมณฑล ( ) ภาคกลาง

( ) ภาคตะวันออก ( ) ภาคตะวันตก

( ) ภาคเหนือ ( ) ภาคใต้

( ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7. ประเภทของกลุ่มในการเดินทาง มาด้วยกันในครั้งนี้ของท่าน

( ) เดินทางมาคนเดียว ( ) กลุ่มเพื่อน

( ) กลุ่มครอบครัว ( ) กลุ่มครู และ นักเรียน

( ) กลุ่มอบรม / สัมมนา ( ) เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

( ) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัว และ เพื่อน

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

8. ท่านเดินทางมาด้วยวิธีใด

( ) รถยนต์ส่วนตัว ( ) รถโดยสารประจำทาง

( ) รถบริษัทนำเที่ยว ( ) รถจักรยานยนต์

( ) รถเช่าเหมา

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ โดยสื่อประชาสัมพันธ์หรือการแนะนำจากใคร

( ) จากญาติ ( ) เพื่อนแนะนำ

( ) วิทยุ / โทรทัศน์ ( ) หนังสือพิมพ์ และ วารสารการท่องเที่ยว

( ) บริษัทนำเที่ยว ( ) อินเตอร์เน็ต (Internet)

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

<u>ตอนที่ 3</u> แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เมืองโบราณอู่ทอง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือให้ตรงกับความเป็นจริงความคิดเห็น หรือความรู้สึกของท่าน และคิดว่าถูกที่สุด

การให้ความหมายของระดับแรงจูงใจเป็นดังนี้

1 หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับน้อย

3 หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับปานกลาง

4 หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับมาก

5 หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับมากที่สุด

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วังสิทธิ์

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ให้คะแนน					
		1	2	3	4	5	ค่า IOC
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว							
1	ความสำคัญทางด้านโบราณคดี และ ประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง	+1	+1	+1	+1	+1	1
2	ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง	+1	+1	+1	+1	+1	1
3	โบราณสถานต่าง ๆ ได้แก่ โบราณสถานคอกช้างดิน โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 และ ถนนท้าวอู่ทอง	+1	+1	0	0	+1	0.6
4	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (แหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ ศิลปวัตถุ)	+1	+1	+1	+1	+1	1
5	สถานที่สำคัญทางศาสนาได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1
6	ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	+1	+1	+1	0	+1	0.8
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
7	อาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือบริการข้อมูล ฯลฯ มีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
8	ร้านอาหาร - เครื่องดื่ม มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.8
9	ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอ และมีความสะอาด	+1	+1	+1	0	0	0.6
10	สถานที่จอดรถ และยานพาหนะ เพียงพอและมีความสะดวก	+1	+1	+1	+1	0	0.8
11	การจัดทำที่นั่งพักผ่อน เพียงพอ และมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	0	0.6
12	ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น มีเพียงพอ ตำแหน่งร้านค้าและราคาสินค้า มีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.8
13	ไฟฟ้าแสงสว่าง เพียงพอต่อความต้องการ และมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.8
14	มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ มีการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน เพียงพอและมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ให้คะแนน					
		1	2	3	4	5	ค่า IOC
15	ถังขยะ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	0	0.8
ด้านการบริการ							
16	บุคลากร และ เจ้าหน้าที่ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ข้อมูลชัดเจน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	1
17	ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูล	+1	+1	+1	+1	+1	1
18	การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	0	+1	0.8
19	การจัดให้มีคู่มือนำชม	+1	+1	+1	+1	+1	1
20	แผ่นป้าย และ สัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	1
21	ระเบียบขั้นตอนในการเข้าชมมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.8
22	การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอ และจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
23	มีการจัดทำหนังสือ / แผ่นพับ / สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย และเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
ด้านการเดินทาง							
24	การเดินทางมีความสะดวกสบาย และ ปลอดภัย	+1	+1	+1	+1	+1	1
25	ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1
26	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.8
27	มีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	1
ด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจให้ท่านมาท่องเที่ยว สื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่							
28	โทรทัศน์	+1	+1	+1	+1	+1	1
29	วิทยุ / วิทยุท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	1
30	หนังสือพิมพ์	+1	+1	+1	+1	+1	1
31	แผ่นพับ	0	+1	+1	+1	+1	0.8

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ให้คะแนน					
		1	2	3	4	5	ค่า IOC
32	นิตยสารหรือการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1
33	สารคดี	+1	+1	+1	0	+1	0.8
34	อินเตอร์เน็ต (Internet)	+1	+1	+1	+1	+1	1
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว							
35	เพื่อศึกษาหาความรู้ (ด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาของคนในอดีต)	+1	+1	+1	+1	+1	1
36	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	+1	+1	+1	+1	+1	1
37	เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1
38	เพื่อเยี่ยมญาติ	0	+1	+1	+1	+1	0.8

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่น ๆ

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความในช่องว่าง โปรดตอบคำถามทุกข้อ เพื่อข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ และความสมบูรณ์ต่องานวิจัย

ข้อที่	ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ	ให้คะแนน					
		1	2	3	4	5	ค่า IOC
1	ท่านคิดว่ามีแรงจูงใจอะไรที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองโบราณอู่ทอง (นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น)	0	+1	+1	+1	+1	0.8
2	ท่านคิดว่าปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยวที่แหล่งโบราณคดี เมืองอู่ทอง คืออะไร	+1	+1	+1	+1	0	0.8
3	ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวที่แหล่งโบราณคดี เมืองอู่ทอง อย่างไร	+1	+1	+1	+1	0	0.8
(หากมีข้อคำถามเสนอแนะเพิ่มเติม).....							

ภาคผนวก ง

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre - test) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน30 คน แล้วนำมาพิจารณาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science / Personal Computer plus) ดังนี้

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 38

Alpha = .9005

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ภาคผนวก จ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

<u>แบบสอบถามเพื่อการวิจัย</u>

เรื่อง " การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี "

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณ เมืองโบราณอู่ทอง เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติประกอบการวิจัย ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดสละเวลาตอบแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการเดินทาง ด้านการประชาสัมพันธ์ และ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ตอนที่ 4 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด เป็นการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง และสภาพปัญหา ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ

นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

<u>ตอนที่ 1</u> **ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงและคิดว่าถูกที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี
( ) 31 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี
( ) 51 – 60 ปี ( ) มากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี

3. การศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า
( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ( ) ปริญญาตรี
( ) สูงกว่าปริญญาตรี ( ) ไม่ได้เรียนหนังสือ

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

4. อาชีพ

( ) รับราชการ ( ) รับจ้างทั่วไป
( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน
( ) ทำกิจการส่วนตัว ( ) เกษียณอายุ
( ) นักเรียน / นักศึกษา
( ) ไม่ได้ประกอบอาชีพ
( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

<u>ตอนที่ 2</u> ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงและคิดว่าถูกที่สุด

5. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณอู่ทอง (โบราณสถาน , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ , วัดเขาดีสลัก) มาก่อนหรือไม่

( ) เคย ( ) ไม่เคย

6. ท่านเดินทางมาจากที่ใด

( ) กรุงเทพ และ ปริมณฑล ( ) ภาคกลาง

( ) ภาคตะวันออก ( ) ภาคตะวันตก

( ) ภาคเหนือ ( ) ภาคใต้

( ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7. ประเภทของกลุ่มในการเดินทาง มาด้วยกันในครั้งนี้ของท่าน

( ) เดินทางมาคนเดียว

( ) กลุ่มเพื่อน

( ) กลุ่มครอบครัว

( ) กลุ่มครู และ นักเรียน

( ) กลุ่มอบรม / สัมมนา

( ) เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

( ) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัว และ เพื่อน

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

8. ท่านเดินทางมาด้วยวิธีใด

( ) รถยนต์ส่วนตัว ( ) รถโดยสารประจำทาง

( ) รถบริษัทนำเที่ยว ( ) รถจักรยานยนต์

( ) รถเช่าเหมา ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ โดยสื่อประชาสัมพันธ์หรือการแนะนำจากใคร

( ) จากญาติ ( ) เพื่อนแนะนำ

( ) วิทยุ / โทรทัศน์ ( ) หนังสือพิมพ์ และ วารสารการท่องเที่ยว

( ) บริษัทนำเที่ยว ( ) อินเตอร์เน็ต (Internet)

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

<u>ตอนที่ 3</u> **แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เมืองโบราณอู่ทอง**

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือให้ตรงกับความเป็นจริงความคิดเห็น หรือความรู้สึกของท่าน และคิดว่าถูกที่สุด

<u>การให้ความหมายของระดับแรงจูงใจเป็นดังนี้</u>

1 หมายถึง ระดับ**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว**เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับ**น้อยที่สุด**

2 หมายถึง ระดับ**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว**เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับ**น้อย**

3 หมายถึง ระดับ**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว**เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับ**ปานกลาง**

4 หมายถึง ระดับ**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว**เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับ**มาก**

5 หมายถึง ระดับ**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว**เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองอยู่ในระดับ**มากที่สุด**

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับแรงจูงใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<u>ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว</u>						
1	ความสำคัญทางด้านโบราณคดี และ ประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอู่ทอง					
2	ตำนานหรือนิทานท้องถิ่น เรื่องเมืองท้าวอู่ทอง					
3	โบราณสถานต่าง ๆ ได้แก่ โบราณสถานหมายเลข 1 2 3 5 9 10 11 12 13 โบราณสถานคอกช้างดิน และถนนท้าวอู่ทอง					
4	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง (แหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงเรื่องราวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ ศิลปวัตถุ)					
5	สถานที่สำคัญทางศาสนา ได้แก่ รอยพระพุทธบาทวัดเขาดีสลัก					
6	ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น					
<u>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</u>						
7	อาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ หรือบริการข้อมูล ฯลฯ มีความเหมาะสม					
8	ร้านอาหาร - เครื่องดื่ม มีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม					
9	ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอ และมีความสะอาด					
10	สถานที่จอดรถ และยานพาหนะ เพียงพอและมีความสะดวก					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับแรงจูงใจ				
		5 มากที่สุด	**4** มาก	**3** ปานกลาง	**2** น้อย	**1** น้อยที่สุด
11	การจัดทำที่นั่งพักผ่อน เพียงพอ และมีความเหมาะสม					
12	ร้านขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น มีเพียงพอ ตำแหน่งร้านค้าและราคาสินค้า มีความเหมาะสม					
13	ไฟฟ้าแสงสว่าง เพียงพอต่อความต้องการ และมีความเหมาะสม					
14	มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ มีการจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ความรู้ชัดเจน เพียงพอ และมีความเหมาะสม					
15	ถังขยะ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม					
ด้านการบริการ						
16	บุคลากร และ เจ้าหน้าที่ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ข้อมูลชัดเจน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
17	ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูล					
18	การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
19	การจัดให้มีคู่มือนำชม					
20	แผ่นป้าย และ สัญลักษณ์สื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ					
21	ระเบียบขั้นตอนในการเข้าชมมีความเหมาะสม					
22	การจัดป้ายอธิบายความรู้เกี่ยวกับแหล่งนั้น ๆ มีเพียงพอ และจัดอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม					
23	มีการจัดทำหนังสือ / แผ่นพับ / สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย และเหมาะสม					
ด้านการเดินทาง						
24	การเดินทางมีความสะดวกสบาย และปลอดภัย					
25	ความเหมาะสมของระยะทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
26	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เหมาะสม					
27	มีแผ่นป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน และมีจำนวนเพียงพอ					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ข้อที่	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับแรงจูงใจ				
		5 มากที่สุด	**4** มาก	**3** ปานกลาง	**2** น้อย	**1** น้อยที่สุด
<u>ด้านการประชาสัมพันธ์</u> สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจให้ท่านมาท่องเที่ยว สื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่						
28	โทรทัศน์					
29	วิทยุ / วิทยุท้องถิ่น					
30	หนังสือพิมพ์					
31	แผ่นพับ					
32	นิตยสารหรือการท่องเที่ยว					
33	สารคดี					
34	อินเตอร์เน็ต (Internet)					
<u>ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว</u>						
35	เพื่อศึกษาหาความรู้ (ด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาของคนในอดีต)					
36	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
37	เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว					
38	เพื่อเยี่ยมญาติ					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

<u>ตอนที่ 4</u> ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่น ๆ

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความในช่องว่าง โปรดตอบคำถามทุกข้อ เพื่อข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ และความสมบูรณ์ต่องานวิจัย

1. ท่านคิดว่ามี**แรงจูงใจอะไรที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว**ที่เมืองโบราณอู่ทอง (นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น)

……

……

……

2. ท่านคิดว่า**ปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยว**ที่เมืองโบราณอู่ทอง คืออะไร

.....

.....

.....

3. ท่านมี**ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวที่ เมืองโบราณอู่ทอง อย่างไร

.....

.....

.....

4. **ข้อเสนอแนะอื่น ๆ** เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง (ถ้ามี)

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง " การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี "

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติประกอบการวิจัย ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดสละเวลาตอบแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามชุดนี้ มีทั้งหมด แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองโดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านอำนวยความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม

มหาวิทยาลัยศิลปากร ศูนย์วิทยทรัพยากร

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง และสภาพปัญหา ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยว

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ

นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความในช่องว่าง โปรดตอบคำถามทุกข้อ

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ..... ปี

3. ระยะเวลาในการทำงาน ..... ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือให้ตรงกับความเป็นจริงความคิดเห็น หรือความรู้สึกของท่าน และคิดว่าถูกที่สุด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การให้ความหมายของระดับความคิดเห็นเป็นดังนี้

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองว่ามีความเหมาะสม**น้อยที่สุด**

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองว่ามีความเหมาะสม**น้อย**

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองว่ามีความเหมาะสม**ปานกลาง**

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองว่ามีความเหมาะสม**มาก**

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทองว่ามีความเหมาะสม**มากที่สุด**

ข้อที่	ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	**4** มาก	**3** ปานกลาง	**2** น้อย	**1** น้อยที่สุด
<u>การจัดการด้านกายภาพ หรือ ภูมิทัศน์</u>						
1	การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งพื้นที่ในการอนุรักษ์ พื้นที่นันทนาการ เป็นต้น มีความเหมาะสม					
2	การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆมีการจัดการที่เหมาะสม					
3	มีการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและ ศาสนสถานที่มีความเหมาะสม					
4	มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน					
5	มีการปรับปรุงพื้นที่ให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่สม่ำเสมอ					
6	สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีความสวยงาม การปลูกต้นไม้มีความกลมกลืน เหมาะสม					
7	มีการจัดเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะเด่น					
8	การปลูกอาคารสิ่งก่อสร้างและชุมชน ไม่มีการรุกล้ำแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน					
9	สภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม (น้ำ , อากาศ , เสียง , สภาพโดยรอบ) มีความเหมาะสม					
10	มีแผนการติดตาม และ ประเมินการเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยว					
11	มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว					
<u>การจัดการด้านแหล่งเรียนรู้</u>						
12	การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ					
13	การจัดทำคู่มือนำชม และ การจัดให้มีวิทยากรนำชม					
14	การจัดทำแผ่นป้ายอธิบายความรู้ และประวัติ ประจำสถานที่ต่าง ๆ					
15	มีการจัดทำสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเจ้าของได้ ได้แก่ การจัดทำวีดีทัศน์ ซีดี ภาพถ่าย โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น					
16	มีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นครั้งคราว					
17	มีการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ข้อที่	ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	**4** มาก	**3** ปานกลาง	**2** น้อย	**1** น้อยที่สุด
18	มีการจัดอบรมพนักงานเป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสม					
19	มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรโบราณวัตถุและโบราณสถาน					
20	มีสื่อหลายประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว					
21	สื่อมีความน่าสนใจและเป็นข้อมูลปัจจุบัน มีความทันสมัย					
22	ภาษาที่ใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ					
23	มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว					
<u>การจัดการด้านความสะดวก หรือ การบริการพื้นฐาน</u>						
24	การจัดทำเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือ เส้นทางท่องเที่ยว					
25	การจัดทำที่นั่งพัก					
26	การจัดที่จอดรถ และยานพาหนะต่าง ๆ					
27	การจัดการเรื่องห้องสุขา					
28	การจัดการระบบระบายน้ำ					
29	การจัดการเรื่องแสงสว่างอย่างเหมาะสม					
30	การจัดพื้นที่ขายของที่ระลึก					
31	การจัดระบบกำจัดขยะหรือ ภาชนะรองรับขยะ					
32	มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ					
33	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีอัธยาศัยดี สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้					
34	จำนวนบุคลากรในด้านการบริการมีเพียงพอที่จะให้การบริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่					
35	มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้าง และสาธารณูปโภค เช่น ถนน ห้องสุขา ที่เหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่					
36	มีการจัดเก็บและกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี					
<u>การจัดการด้านความปลอดภัย</u>						
37	มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

ข้อที่	ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จ. สุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
		5 มากที่สุด	**4** มาก	**3** ปานกลาง	**2** น้อย	**1** น้อยที่สุด
38	มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่					
39	มีความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย					
40	มีความปลอดภัยจากสัตว์					
41	มีป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย					
42	กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศาสนสถาน ไม่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะหรือของเสีย ไม่ขัดต่อทัศนียภาพ					
43	มีการจัดการในการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ป้องกันความเสียหาย เสื่อมโทรม ควบคุมการใช้งาน ควบคุมนักท่องเที่ยว ควบคุมสภาพแวดล้อม					
44	การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ เช่น ทำป้ายเตือนจุดอันตราย จำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม การจัดบริการติดตามของหาย					
45	มีการแจกจ่ายกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่					
<u>การจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วม</u>						
46	มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
47	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่					
48	ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
49	กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น					
50	ชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีรายได้จากการขายอาหาร และสินค้าพื้นเมือง มีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก					
51	มีการรับฟังข้อเสนอแนะ และความต้องการของชุมชน					
52	การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของชุมชน					
53	นำเอาข้อคิดเห็นและข้อจำกัดต่าง ๆมาพิจารณาร่วมกันโดยปัญหาที่เป็นพื้นฐาน คือ ปัญหาด้านผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกัน					

มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์

<u>ตอนที่ 3</u> ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความในช่องว่าง โปรดตอบคำถามทุกข้อ เพื่อข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ และความสมบูรณ์ต่องานวิจัย

1. ท่านคิดว่า **ความสำคัญและจุดเด่น**ของเมืองโบราณอู่ทอง คืออะไรบ้าง และ สิ่งใดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

……

……

……

2. ท่านคิดว่า **ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยว**ในการมาท่องเที่ยวในเมืองโบราณอู่ทอง ควรปฏิบัติอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว

……

……

……

3. ท่านคิดว่า สิ่งใดที่เป็น**ปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรม**ของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองโบราณอู่ทอง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

……

……

……

4. ท่านคิดว่า **ชุมชนสามารถมีส่วนร่วม** ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของเมืองโบราณอู่ทอง ได้อย่างไรบ้าง และมีสิ่งใดบ้างที่ประชาชนในพื้นที่ควรปฏิบัติเพื่อให้การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด โดยไม่ทำลายทรัพยากรเหล่านั้น

……

……

……

5. สิ่งที่อยาก**เสนอแนะเพื่อเป็นแนวทาง**ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง

……

……

……

6. **ข้อเสนอแนะอื่น ๆ** เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง (ถ้ามี)

……

……

……

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวจุฑามาศ คงสวัสดิ์

ที่อยู่ 69 / 44 หมู่ 7 ถนนบางแวก ตำบลบางไผ่ อำเภอบางแค จังหวัดกรุงเทพฯ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2540	โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2544	ปริญญาตรี สาขาวิชาเอกวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2547	ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์