

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

สุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING
SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM IN
BANGKOK METROPOLITAN AREA

SUTIPPORN CHOTRATANASAK

A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements
for Doctor of Philosophy in Education for Locality Development



Academic Year 2012

Copyright of Bansomdejchaopraya Rajabhat University


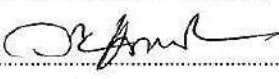

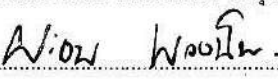

ชื่อเรื่องคุณฉันทิพนธ์ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา นางศุทธิพัชร์ โชติรัตนศักดิ์
คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณฉันทิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปริยานุช อภิภูณ โยภาส)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.บงอร เสรีรัตน์)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาอนุมัติให้คุณฉันทิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีวรรณ เขี่ยมสะอาด)
.....อธิการบดี
(รองศาสตราจารย์ ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย)

คณะกรรมการสอบคุณฉันทิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ทังทรัพย์)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แพวนเพชร)
.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันสนีย์ จะสุวรรณ)
.....กรรมการ
(ดร.พะออบ พวงน้อย)
.....กรรมการ
(ดร.ปาพนัน นุชญา)
.....กรรมการ ผู้แทนจากคณะกรรมการบริหาร
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิไพภูฏ วัฒนานิมิตกุล) โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้วิจัย	สุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์
สาขาวิชา	การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิคุณโยภาส
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 55,800 คน คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงคุณภาพ มีจำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึกและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก

2) ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

มีค่าเท่ากับ 0.86-0.28 และ 0.63 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผ่านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.014 ทั้งนี้ ปัจจัยเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถอธิบายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ ร้อยละ 77

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ปัจจัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

Title	The Analysis of Factors Influencing Sustainable Cultural Tourism in Bangkok Metropolitan Area
Author	Sutipporn Chotratanasak
Program	Education for Locality Development
Major Advisor	Associate Professor Dr. Preeyanuch Apibunyopas
Co-Advisor	Associate Professor Dr. Ponlasit Noochoochai
Co-Advisor	Associate Professor Dr. Bung-On Sereerat
Academic Year	2012

ABSTRACT

This research study aimed to: 1) investigate the levels of factors affecting the sustainable cultural tourism in Bangkok metropolitan area; and 2) investigate the causal structure relationship of the factors influencing the sustainable cultural tourism in Bangkok metropolitan area. The study was a mix method of qualitative and quantitative study. The population was 55,800 including foreign and local tourists, government officials who involved in tourism, and private tourism entrepreneurs who had entered in the register. The sample for the quantitative study was 400 and the instrument was a questionnaire; the number of the sample for the qualitative study was 15 answering the in-depth questionnaire and the descriptive data analysis was performed.

The results of this study were as follows:

1) The level of the factors of the service at tourist resorts, environment of cultural tourism were averagely at the moderate level; the traits of tourists as well as the sustainable cultural tourism were averagely at the high level.

2) The causal structure relationship of the factors influencing the sustainable cultural tourism in Bangkok metropolitan area included the service in the tourist resorts, cultural tourism environment, traits of tourists. The service in the tourist resorts, environment, and traits of tourists directly influenced the sustainable cultural tourism at the value of 0.86, - 0.28 and 0.63 respectively. The environment of sustainable cultural tourism indirectly influenced the sustainable cultural tourism with the consideration of the service in the tourism resorts and the traits of

tourists. This accounted for 0.014. And the values of all casual factors gained in this study could explain the sustainable cultural tourism for 77 percent.

Keywords : an analysis of factors, sustainable cultural tourism

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความเมตตากรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิภูณ โยภาส อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัยและ รองศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมและรองศาสตราจารย์ ดร.วิโพภุช วัฒนานิมิตกุล ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ให้ความเมตตา กรุณาตลอดเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อคิดเห็นและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้ง สนับสนุนดูแลด้านการศึกษา และการทำวิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุพล วุฒิเสน อธิการบดี และประธาน โครงการชนีกกำลังการเปิดสอนระดับคุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่ให้โอกาสทางการศึกษา ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศันสนีย์ จะสุวรรณ ที่ให้คำปรึกษาตรวจแก้ไขข้อมูลการแปลผล รวมทั้งให้ ข้อเสนอแนะต่างๆ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติรัตน์ ฐานสุวรรณศรี รองศาสตราจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญศรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษ์ กิรดิรัตน์ ที่กรุณาให้ คำปรึกษาและคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่งและขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีวรรณ เอี่ยมสะอาด คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ที่กรุณาอำนวยความสะดวก และแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย ผู้วิจัยซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยในครั้งนี้

สารและคุณประโยชน์ที่ได้จากคุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดาและรองศาสตราจารย์ ดร.คิลก บุญเรืองรอด ผู้ล่วงลับไปแล้ว ตลอดจนจรรยา-อาจารย์ ทุกท่าน

สุทธิพงษ์พร โชติรัตนศักดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
สมการ โครงสร้างในการวิจัย	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	12
กรอบแนวคิดการวิจัย	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน	15
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	18
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน	21
ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	68
ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	75
ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว	102
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	107
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	131
แนวทางวิธีการวิจัย	131
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	132

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	134
การสร้างมาตรวัดและคำนิยามปฏิบัติการ.....	136
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	138
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	140
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	144
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	144
ผลวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	144
ผลวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	184
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	195
สรุปผลการวิจัย.....	195
การอภิปรายผล.....	196
ข้อเสนอแนะ.....	211
บรรณานุกรม.....	217
ภาคผนวก.....	232
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	233
ภาคผนวก ข สำเนาหนังสือราชการ.....	236
ภาคผนวก ค หนังสือโครงการปรัชญาคุษุภัณฑ์เพื่อขอความร่วมมือในการกรอก แบบสอบถามและสัมภาษณ์.....	238
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม.....	242
ภาคผนวก จ สำเนาใบตอบรับการลงวารสาร.....	273
ภาคผนวก ฉ สำเนาประกาศนียบัตร.....	277
ประวัติผู้วิจัย.....	284

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	145
2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC).....	149
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT).....	150
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการเข้าถึง (ACCESS).....	151
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการต้อนรับ (HOSPIT).....	152
6	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความ แปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ในภาพรวม AAA.....	153
7	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของปัจจัยในการให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยว (FACTSER).....	154
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM).....	154
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV).....	156
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน ของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC).....	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW).....	158
12	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ในภาพรวม BBB.....	159
13	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT).....	160
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านเพศ (GENDER).....	161
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านอาชีพ (OCCUPA)....	162
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านรายได้ (INCOME)....	163
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านถิ่นที่อยู่ (DOMICIL).....	164
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านแรงจูงใจ (MOTIVAT).....	165
19	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ในภาพรวม CCC.....	166
20	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT).....	167
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA).....	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการจัดการเชิงระบบ (SYSMANG).....	169
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM).....	170
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS).....	171
25	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในภาพรวม YYY.....	172
26	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT).....	173
27	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยย่อย.....	175
28	ค่าสถิติวัดความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลและข้อมูลเชิงประจักษ์.....	177
29	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของแบบจำลองสมการโครงสร้าง.....	183
30	บทสรุปทัศนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานครเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER).....	185

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
31	บทสรุปทัศนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานครเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT).....	188
32	บทสรุปทัศนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานครเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT).....	190
33	บทสรุปทัศนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานครเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT).....	192

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
2	หมายเลข 1-10 แสดงที่ตั้งของวัด.....	29
3	โมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	179
4	โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	180

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็นสิ่งต่างๆ ที่แปลกใหม่ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น จึงทำให้เกิดการเดินทางจากถิ่นที่อยู่ไปยังที่ต่างๆ ทั้งใกล้และไกล ในอนาคตการพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะกลายเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อวิถีชีวิตของคนในโลกสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น (วัชรภรณ์ รัชชศิริ, 2551) ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลก เหตุเพราะการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อประโยชน์ให้เกิดแก่ประชาชนในท้องถิ่น ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งช่วยสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ตลอดจนสร้างชื่อเสียงให้เกิดแก่ท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย

สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ขยายตัวอย่างเด่นชัดตลอดระยะเวลา 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งเห็นได้จากสถิติการเติบโตทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2541 มีนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 7.76 ล้านคน คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว 242,177 ล้านบาท เปรียบเทียบกับสถิติในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 14.46 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.65 คิดเป็นรายได้เข้าประเทศ 547,782 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550, น.4)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มมากขึ้นหลายเท่าในช่วง 50 ปีที่ผ่านมาองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่า ในปี ค.ศ. 2020 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าของปัจจุบัน นั่นคือมากกว่า 1,500 ล้านคน ซึ่งภูมิภาคที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ยุโรป (717 ล้านคน) เอเชียและแปซิฟิก (397 ล้านคน) และอเมริกา (282 ล้านคน) ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 5 ต่อปี และภูมิภาคที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวมากกว่า ร้อยละ 5 ต่อปี ได้แก่ ตะวันออกกลาง ร้อยละ 6.7 เอเชียและแปซิฟิก ร้อยละ 6.5 เอเชียใต้ ร้อยละ 6.2 และแอฟริกา ร้อยละ 5.5 แนวโน้มการท่องเที่ยวยุโรประหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดถึง ร้อยละ 6.5 และรองลงมาคือ เอเชียใต้ (นิตยา ชัชกุล, 2550, น.44)

ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้รัฐบาลมุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลจึงกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเน้นในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เด่นเฉพาะตัวของประเทศเป็นหลักและยังกำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-พ.ศ. 2519) ต่อเนื่องมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-พ.ศ. 2554) เน้นการปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ การฟื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างสินค้าการท่องเที่ยวตัวใหม่ให้แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลกอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550, น.22)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมตลอดมา วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแบบนี้เพื่อท่องเที่ยวแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษาความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมโดยชุมชนต้องมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวอันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป (กุลธิดา สามะพุทธิ, 2540, น.2, บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.283 และวัลลภ ทองอ่อน, 2550, น.18)

ขณะที่ความเจริญในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางวัฒนธรรม ประเด็นเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญที่ได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเชียลี อีเบอร์ (Shirley Eber, 1992 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.8-9) ได้ให้หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ 10 ประการ คือ 1) การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using Resource Sustainable) 2) การลดบริโภคและของเสียที่เกินความจำเป็น (Reducing Over Consumption and Waste) 3) การรักษาความหลากหลาย (Maintaining Diversity) 4) การรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าอยู่ในการวางแผน (Intergrading Tourism into Planning) และมีการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment - EIA) 5) การสนับสนุนเศรษฐกิจ

ท้องถิ่น (Supporting Local Economics) 6) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) 7) ปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องและสาธารณชน (Consulting Stakeholder and The Public) 8) การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) 9) การตอบสนองการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) และ 10) การวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research)

กล่าวโดยสรุป คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการมีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้นหรือหากมีต้องเป็นผลกระทบที่น้อยที่สุด มีแต่การจัดการที่ยั่งยืนเท่านั้นที่สามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1. การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง ในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (วัลลภ ทองอ่อน, 2550, น.25) 2. การจัดการเชิงระบบ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.174) เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ 3. การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการให้ชุมชนมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ สร้างผลตอบแทนให้ประชาชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมและช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดสำนึกในการวางแผนวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป และ 4. การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังพบว่า 1. ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ferhan Gezici, 2006, p.48; Ivana Logar, 2010, p.49) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัว ดังนี้ คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) 3) การเข้าถึง (ACCESS) 4) การต้อนรับ (HOSPIT) 2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) (Hwan Suk Chris Choi, 2005; Briassoulis, 2001; Twining - Ward and Butler, 2002; Ian Yeoman, 2007; Ivana Logar, 2009) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัว ดังนี้ คือ) สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) 2) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(TECHINV) 3) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) 4) สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) 3. ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) (Hwan Suk Chris Choi and Ercan, 2006; Mary Frances Lynch, 2010) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 5 ตัว ดังนี้ คือ 1) เพศ (GENDER) 2) อาชีพ (OCCUPA) 3) รายได้ (INCOME) 4) ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) 5) แรงจูงใจ (MOTIVAT)

ประเทศไทยมีภาพลักษณ์โดยรวมที่ทั่วโลกชื่นชอบในด้านความวิจิตรงดงามของศิลปวัฒนธรรม ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งความงดงามของธรรมชาติทั้งทางบกและทางทะเล ความมีน้ำใจโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเป็นมิตรของชาวไทย มีส่วนช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสามารถยืนยันได้จากปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลคือเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ลดการเสียดุลทางการค้า ส่งผลต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เกิดการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การจ้างแรงงานในท้องถิ่น ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัย บทความทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ ต่างบ่งชี้ไปในทิศทางเดียวกันว่า แม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะให้ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเป็นมูลค่าสูงและให้ประโยชน์แก่สังคมในหลายด้าน แต่ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ก็เป็นเพียงการมุ่งเน้นแต่ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจระยะสั้น ขาดการวางแผน การควบคุมและการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องพึงพาอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จึงพบว่า แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย มีสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลง ความโดดเด่นหรือเอกลักษณ์ถูกเปลี่ยนแปลงไป ยังมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจนเกินขีดความสามารถรองรับได้ ปัญหาความเสื่อมโทรมและผลกระทบต่างๆ ก็เพิ่มมากขึ้น วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตถูกเปลี่ยนแปลงไป จนทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวด้วยคุณค่าลง ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยี่ยมชมเหมือนเดิมได้อีก

กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับหนึ่งแห่งเอเชีย จากการลงคะแนนเสียงของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในนิตยสารการท่องเที่ยว (Travel & Leisure) ให้เป็นเมืองที่เป็นศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีรูปแบบหลากหลาย เป็นเมืองที่มีสีสันดึงดูดใจมากที่สุด นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังได้รับการจัดอันดับความสำคัญของเมืองทั่วโลกในด้านต่างๆ โดยสถาบันระหว่างประเทศหลายองค์กร เช่น EIU (Urban Livability Survey, 2006, p.130) ได้จัดให้

กรุงเทพมหานคร อยู่ในลำดับที่ 8 ในด้านสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2552) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนามิติด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางธุรกิจและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ครบวงจร มีแหล่งประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า มีผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นศูนย์กลางของความเจริญด้านการคมนาคมขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นศูนย์รวมของหน่วยงานส่วนกลางหลายแห่ง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง

จากรายงานสถิติการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ซึ่งรวบรวมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 กรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยว จำนวน 35,953,546 คน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง โดยในปี พ.ศ. 2548- พ.ศ. 2550 อัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร คือ 6.24, 3.83 และ -0.60 ตามลำดับ อัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2546 - พ.ศ. 2550 เท่ากับร้อยละ 5.25 ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 333,411.69 ล้านบาท ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลงโดยในปี พ.ศ. 2548-พ.ศ. 2550 อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 14.30, - 4.03 และ 0.95 ตามลำดับ (แผนบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2552-พ.ศ. 2555, น.39) กรุงเทพมหานครจึงมีภาระงานต่อเนื่องในการรักษาความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น วัด ซึ่งเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพระพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของคนไทย

วัดมีความผูกพันกับคนไทยเป็นอย่างมาก เพราะในอดีตวัดเป็นสถานที่ที่หล่อหลอม อบรม ให้การศึกษาทั้งด้านจริยธรรม ศีลธรรมและคุณธรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ เป็นศูนย์รวมแห่งความศรัทธา ความเชื่อและศาสนา จึงเป็นที่รวบรวมศิลปกรรมที่แฝงไว้ด้วยอารยธรรมความเจริญต่างๆ ถึงแม้ว่าปัจจุบันวัดจะมีบทบาทน้อยลงไปจากอดีต แต่หากพระจะมีบทบาทในการช่วยดูแลรักษาศาสนสถานและศาสนสมบัติ สามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือรวมทั้งสอดส่องดูแลพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ก็จะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ภาพจน์ของวัดและพระในสังคมดีขึ้น

วัดก็จะเป็นสถานที่ที่มีผู้คนอยากเดินทางไปเยี่ยมชมและเมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม วัดจะได้ประโยชน์ในรูปของรายได้จากการประกอบธุรกิจต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในส่วนของการท่องเที่ยว วัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานที่สะท้อนให้เห็นอารยธรรมและเทคโนโลยีของชนชาติ อันเป็นแหล่งรวมที่สามารถใช้ศึกษาย้อนกลับไปในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนอีกด้วย นอกจากนี้วัดบางแห่งยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สงบสันโดษ ตามลักษณะของพระพุทธศาสนา

ประเทศไทยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ ความเชื่อความศรัทธาที่เหนียวแน่น มั่นคงของคนในชาติต่อศาสนาพุทธเป็นที่ประจักษ์ชัด ซึ่งเห็นได้จากจำนวนวัดที่กระจายอยู่อย่างมากมายทั่วประเทศ วัดจึงเป็นศูนย์รวมศิลปะ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีและความเชื่อของชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบที่หลากหลายมิติ ทั้งมิติทางกายภาพ มิติทางสังคมเศรษฐกิจและมิติทางจิตวิญญาณความศรัทธาความเชื่อ รวมเข้าไว้ด้วยกัน จนอาจกล่าวได้ว่าหากต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม วัดจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดีที่สุด ซึ่งรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญและเล็งเห็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เป็นจุดขายของประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัดทั่วประเทศตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เช่น โครงการไหว้พระ 9 วัด โครงการท่องเที่ยวกราบรอยพระแก้วมรกต การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญๆ โดยเฉพาะบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และกรุงเทพมหานคร ชั้นในซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีโบราณสถาน ศาสนสถานทั้งดงามโดดเด่นเป็นจำนวนมากสถานที่แต่ละแห่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน เกี่ยวข้องผูกพันกับสถาบันพระมหากษัตริย์ของไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (วัชรภรณ์ รัชชบุรี, 2551, น.1)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความก้าวหน้ามาอย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นยังคงมีอยู่อีกหลายด้านที่สำคัญ คือ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่ต้องมีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น การใช้ประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงการใช้ประโยชน์ในระยะยาว ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการศึกษาและพัฒนาเป็นลำดับแรก

ในฐานะของผู้ที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาและตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร และประสงค์ที่จะมีบทบาทส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน สนใจที่จะทำการศึกษาระดับปริญญาโทที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม เหตุปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรมเป็นข้อเท็จจริงจากแหล่งต่างๆ ที่ไม่ใช่ในกรุงเทพมหานคร จึงสมควรที่จะมีการศึกษาเชิงประจักษ์เพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยดังกล่าวนี้ มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร ผลจากการศึกษาจะช่วยยืนยันและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและปรับปรุงพัฒนาที่ต้นเหตุและยังช่วยให้เกิดความยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครต่อไป ผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยส่งเสริมความรู้ทางวิชาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแหล่งอื่นอีกด้วย ทั้งยังจะเป็นประโยชน์ในด้านการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างเสริมศักยภาพของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืนสืบไป

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด
2. ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมการโครงสร้างในการวิจัย

1. ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) และปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) และปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) มีอิทธิพลต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER)
3. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) มีอิทธิพลต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT)

ขอบเขตของการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แนวทางผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาแบบกลุ่มขนาน ผู้วิจัยเลือกการกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาในลักษณะของตัวแปรเชิงประจักษ์ ดังนี้

1.1 ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) 3) การเข้าถึง (ACCESS) 4) การต้อนรับ (HOSPIT)

1.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) 2) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) 3) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) 4) สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW)

1.3 ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) เพศ (GENDER) 2) อาชีพ (OCCUPA) 3) รายได้ (INCOME) 4) ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) 5) แรงจูงใจ (MOTIVAT)

1.4 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) 2) การจัดการเชิงระบบ (SYSMANG) 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) 4) การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ใช้พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มวัด บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และกรุงเทพมหานครชั้นใน จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ 1) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 2) วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร 3) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4) วัดราชนัดดารามวรมหาวิหาร 5) วัดเทพธิดารามวรมหาวิหาร 6) วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร 7) วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร 8) วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร 9) วัดบวรนิเวศวิหาร และ 10) วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 55,800 คนต่อสัปดาห์ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์ 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 5 คน 2) เจ้าหน้าที่รัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่เป็นเจ้าหน้าที่ล่ามแปลภาษา อังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน 3) ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว 3 บริษัท จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Sustainable Cultural Tourism: SUSCULT) หมายถึง การศึกษาและการเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว โดยอาศัยการจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (Education and Increase of Value: EDUINVA) หมายถึง การที่ผู้ที่มีหน้าที่จัดการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเช่น วัด มีการจัดการด้านการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้สภาพแวดล้อมโดยรวมมีกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของโบราณสถาน เช่น วัด สถานที่สำคัญๆและการจัดหน่วยงาน เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้แก่ักท่องเที่ยว

การจัดการเชิงระบบ (Systematic Management: SYSMANG) หมายถึง การดำเนินการท่องเที่ยวภายในวัด การจัดทำกิจกรรมเพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว มีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อจัดทำแผนพัฒนาวัดร่วมกับแผนพัฒนาของคนในชุมชนและแผนพัฒนาของเจ้าหน้าที่รัฐ รวมทั้งมีการประเมินผล

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities: INVOLCOM) หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้สมาชิกในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวโดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความช่วยเหลือและประสานความร่วมมือช่วยเหลือกัน

การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Building Up Awareness Among the Stakeholders: BUILAAS) หมายถึง การดำเนินการให้ความรู้เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้เกิดความรักต่อสิ่งดึงดูดใจภายในวัดให้กับนักท่องเที่ยว มีการดำเนินการเพื่อจัดกิจกรรมให้ตอบสนองการปลูกฝังจิตสำนึกให้เกิดความรักและห่วงแหนต่อสิ่งดึงดูดใจภายในวัดให้กับคนในชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในวัด

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Factors Concerning the Service: FACTSER) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัด ได้แก่ วัดรอบเกาะรัตนโกสินทร์และวัดต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงในส่วนของการคมนาคม การเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการได้รับการต้อนรับ

ดึงดูดใจ (Attraction: ATTRAC) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานในที่นี้ หมายถึง สถานที่สำคัญๆรอบเกาะรัตนโกสินทร์และวัด ซึ่งเป็นจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่มีคุณค่า โดยมีการจัดการด้านขยะมูลฝอยเพื่อให้เกิดความสวยงามภายในวัดและมีการพัฒนาการให้บริการเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities: AMENIT) หมายถึง การจัดให้มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ อย่างน้อย 1 ช่องทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวี แผ่นพับ โบรชัวร์ สื่อออนไลน์และจัดให้มีปัจจัยพื้นฐาน เช่น สถานที่จอดรถ โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้า น้ำประปา มีการประชาสัมพันธ์และมีสินค้าที่ระลึกไว้จำหน่าย

การเข้าถึง (Accessibility: ACCESS) หมายถึง การจัดการเดินทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ระบบเส้นทางที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวที่มีความสะดวกและปลอดภัย มีการระบุเส้นทางในแผนที่และสามารถศึกษาเส้นทางได้จากอินเทอร์เน็ต มียานพาหนะอย่างพอเพียง

การต้อนรับ (Hospitality: HOSPIT) หมายถึง การจัดให้มีบริการนำเที่ยวในวัดมีเจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในวัดและต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ มีอัธยาศัยดีและรับผิดชอบต่อหน้าที่และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งสามารถใช้ภาษาได้ดี

ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Factors concerning the environment of Cultural Tourism: FACTENCT) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย

สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economics: ECONOM) หมายถึง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อภาวะเงินฝืด ภาวะการจ้างงาน ค่าแรง รายได้และอัตราการเพิ่มของระดับราคาสินค้าในส่วนของบริการเพื่อการท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Technology Involvement: TECHINV) หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในส่วนของเครือข่ายด้านคมนาคมการเชื่อมต่อเพื่อเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ เครื่องบินรวมถึงการจัดการระบบการเดินทางท่องเที่ยวที่สะดวกปลอดภัยและประหยัด

สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Politics: POLITIC) หมายถึง นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ การลดความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมืองและนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน

สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (Law: LAW) หมายถึง สภาพโดยรวมที่เกี่ยวกับกฎหมาย ขอบบังคับข้อปฏิบัติต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (Factors Favorable characteristics of tourists: FACTCHAT) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับเพศ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่ และแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. สามารถระบุระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถรู้ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์เชิงปฏิบัติ

3. เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศสืบไป
4. เป็นการจัดระบบการวางแผนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

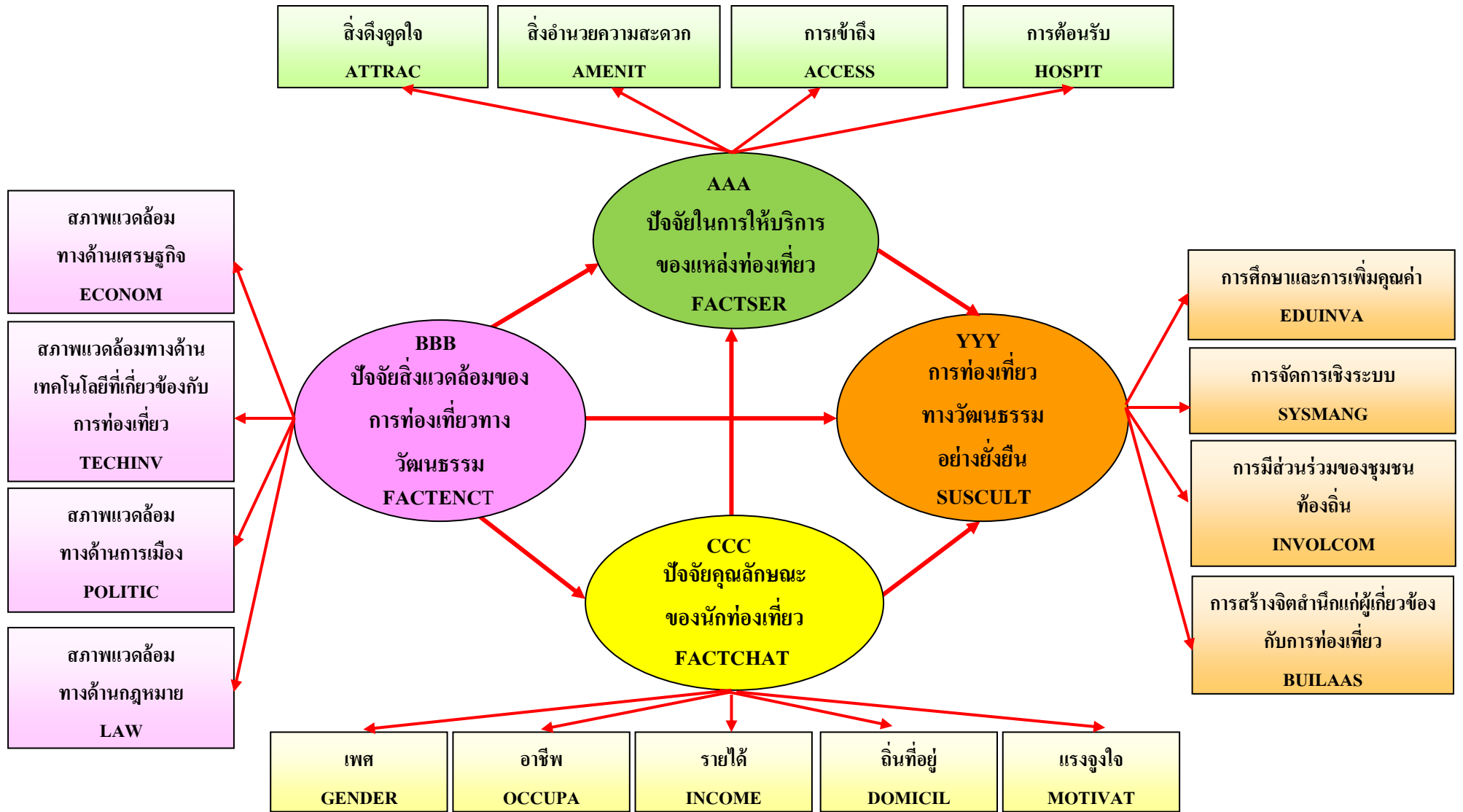
กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผสมผสานแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ เชียลี อีเบอร์ (Shirley Eber.1992) กับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (วัลลภ ทองอ่อน, 2550, น.18; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.283; Mike Robinson & David Picard, 2006, p.8-9, John Swarbrooke, 2005, p.306, Kris Endresen, 1999, p.5) ที่กล่าวถึงหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (1) (SUSCULT) ได้แก่ การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (2) (EDUINVA) ซึ่งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การจัดการเชิงระบบ (3) (SYSMANG) เป็นการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาแห่งชาติและแผนพัฒนาท้องถิ่น รวมทั้งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (4) (INVOLCOM) เป็นการให้ชุมชนมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว การสร้างผลตอบแทนให้ประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต ก่อให้เกิดสำนึกในการวางแผนวัฒนธรรมท้องถิ่นของตน (Shirley Eber, 1992; อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.8-9) การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (5) (BUILAAS) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.20-22; วัลลภ ทองอ่อน, 2550, น.24-25) เป็นการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

นอกจากนี้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยปัจจัยเชิงสาเหตุ ดังนี้ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (6) (FACTSER) (Ferhan Gezici, 2006; Ivana Logar, 2010) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัว ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) การเข้าถึง (ACCESS) และการต้อนรับ (HOSPIT) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (7) (FACTENCT) (Hwan Suk Chris Choi, and Ercan Sirikaya, 2006; Briassoulis, 2001; Ian Yeoman, 2007; Ivana Logar, 2010) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัว ดังนี้ คือ สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) และสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (8) (FACTCHAT) (HwanSuk Chris Choi, and Ercan Sirikaya, 2006; Mary -Frances Lynch, 2010) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ตัว ดังนี้ คือ เพศ (GENDER) อาชีพ (OCCUPA) รายได้ (INCOME) ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) แรงจูงใจ (MOTIVAT) จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว จึงคาดว่าปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่มาของกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์เรียบเรียงนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
3. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
4. ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว
5. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
6. ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาการจัดการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทของชุมชนนั้นๆ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้แนวคิดและความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

มุชิตา ปิ่นสุนทร (2552, น.16) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน เช่น วัดหรือสถานที่สำคัญๆ ต่างๆ ความสวยงาม ศิลปวัฒนธรรม มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ ที่เป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่เป็นการไปตั้งหลักแหล่งถาวร การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548, น.1) สรุปว่าการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งที่ไม่มุ่งหวังจะได้ผลตอบแทนหรือเพื่อทำนุบำรุงสุขภาพและเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น

ชาลวาทย์ เกษตรศิริ (2550, น.2) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ นอกเหนือจากการดำเนินชีวิตประจำวันและกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอื่นๆ (Basic Need) และกระทำเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) จัดอยู่ในกิจกรรมประเภทนันทนาการ (Recreation) อย่างหนึ่ง ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมักมีการเดินทาง (Travel) พร้อมกันไปด้วย

ชนิศา ครูจิราวุฒัน (2552, น.39) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมในเรื่องเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อจุดประสงค์ต่างๆ กัน ที่ไม่ใช่เพื่อการย้ายถิ่นฐานแบบถาวรหรือเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2552, น.39 อ้างถึงใน กวี วรกวิน, 2546, น.9) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ตามความมุ่งหมายได้เป็น 10 ประการ ดังนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เช่น ได้รับความบันเทิงหรือความสนุกสนานหรือความสำราญใจและการพักผ่อนหย่อนใจ
2. เพื่อวัฒนธรรมและศาสนา เป็นการมุ่งมั่นในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น เพื่อนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์
3. เพื่อชมภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งทางธรรมชาติ รวมทั้งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น การชมวิวกาภูเขาสูง การเดินป่าเพื่อการศึกษา การชมดนตรี ชมงานศิลปะ การอาบแดดเล่นน้ำทะเล การเล่นของเล่นในสวนสนุกหรือเที่ยวชมพืชพรรณและสัตว์ป่า เป็นต้น
4. เพื่อการศึกษา เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการศึกษา วิจัย ดูงาน การศึกษาดูงานในต่างประเทศ การเดินทางไปสอนหนังสือในท้องถิ่นอื่น เป็นต้น
5. เพื่อการกีฬาและบันเทิง เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นอื่น
6. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์
7. เพื่องานอดิเรก เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก
8. เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรที่อยู่ห่างไกลคนละท้องถิ่น เช่น การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง

9. เพื่อธุรกิจ เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อธุรกิจ แต่ได้จัดเวลาว่างเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนาในท้องถิ่นอื่น ซึ่งโดยส่วนมาก นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนจะแบ่งเวลาและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวด้วย

10. เพื่อประชุมและสัมมนาเป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนาในท้องถิ่นอื่น ซึ่งโดยปกติผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวรวมอยู่ด้วย ซึ่งในประเด็นนี้อาจกล่าวว่าเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวมากขึ้น (International Union of Office Travel Organization) (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2551, น.38 อ้างถึงใน มล.ศุข ชุมสายและอุทัยพันธ์ พรหมโยธี, 2537, น.29-30) เพราะเป็นตัวกระตุ้นทางด้านฐานะและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เนื่องจากต้องการยกฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศและชื่อเสียง เช่น การเดินทางไปต่างประเทศ เพื่อไปประชุมสัมมนา การศึกษาดูงานหรือการเป็นอาสาสมัคร เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นคนที่มีเกียรติและประสบความสำเร็จในการทำงานของคุณ (Mc Intosh and Goeidner, 1980, p.124-125)

สรุป การท่องเที่ยว หมายถึง เดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยว มักมีเหตุผลหรือจุดมุ่งหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัยประกอบที่เป็นตัวสนับสนุนหรือแรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคล ซึ่งไม่เท่ากัน แต่ไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตามสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างคาดหวังที่จะได้รับ คือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินพอใจ ความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ที่สนองตอบความต้องการของส่วนบุคคลนั้นๆ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลาย ซึ่งเป็นไปตามสภาพท้องถิ่น

วัลลภ ทองอ่อน (2550, น.25) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วย สิ่งดึงดูดอยู่ 10 ประการคือ (1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น (2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ (3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น สิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง (4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก (5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา (6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ (7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา (8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่อง

แต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร (9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน
ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ (10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะถิ่น

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) โดยภาพรวม เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษา ความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว อันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548, น.19) สรุปว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้ จะต้องเคารพในวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจและความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นๆ ให้น้อยที่สุดด้วย ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนนั่นเอง นอกจากนี้ ยังต้องมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมหรือเรียนรู้ศึกษาทำความเข้าใจ ซึ่งกันและกันหรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่ง que แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนา ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธาความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ ซึ่งก่อให้เกิดมิตรภาพความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมชุมชนและคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนนั้นๆ โดยให้เกิดน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยภาพรวม มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม

คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม

วัลลภ ทองอ่อน (2550, น.23) ได้กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรมไว้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยววนั้นๆ

2. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องช่วยกันดูแลรักษาให้คงไว้ซึ่งคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีการปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรักหวงแหน รักษาและเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองด้วย

3. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนและวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน อีกทั้งให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้ความเข้าใจและได้รับความเพลิดเพลินในคุณค่าทางวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

4. เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ผลตอบแทนอย่างทั่วถึงและเพียงพอจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าของที่ระลึก พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น เป็นต้น

ประเภทของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำแนกออกได้เป็นหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น.293) สรุปว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและศึกษาให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเสนอลักษณะต่างๆ ทางวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เช่น แหล่งโบราณคดี โบราณวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็นและสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ปราสาท พระราชวัง วัดและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้ง

ซากปรักหักพัง เหล่านี้ จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) รวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา ประเพณีที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้านขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ สิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม รวมไปถึงศิลปะทุกแขนงงานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก อีกทั้งดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ เหล่านี้ก็จัดเป็นองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ด้วย นอกจากนี้ ยังรวมถึง ภาษา วรรณกรรมและระบบการศึกษาอีกด้วย

3. วิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism Village Tourism) เป็นส่วนที่โดยเกี่ยวเนื่องกับความ เป็นอยู่ของสังคม วิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยหรือผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน รวมไปถึงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียม การรับประทานอาหาร ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะถิ่นนักท่องเที่ยวจะได้รับทราบ ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ค่านิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ ซึ่งก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมชุมชนและคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนนั้นๆ โดยให้เกิดน้อยที่สุด

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในขณะเดียวกันก็ได้ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกสมาธิ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

สรุป การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยภาพรวมเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการแสวงหาความรู้ ซึ่งชมกับเอกลักษณ์ ความงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์เน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตในชนบท เป็นต้น

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Sustainable Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548, น.7)

เฉลิมลาภ คนจร ฌ อยุธา (2554, น.3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนสิ่งแวดล้อม ชนบทธรรมเนียมและประเพณีของท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวควรต้องศึกษาสภาพความเป็นไปของท้องถิ่นที่ไปเยือน ขณะเดียวกันคนในท้องถิ่นก็ต้องเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนให้กับนักท่องเที่ยวและร่วมรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตให้คงอยู่สืบไป เพื่อที่อนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกันนี้ต่อไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554, น.16) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุดเกิดผลกระทบที่น้อยที่สุดและใช้เป็นประโยชน์ยาวนานที่สุด

ดาวลิงก์ (Dowling, 1995, p.44) กล่าวว่า แนวคิดต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม โดยเน้นการปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) โดยเปลี่ยนจากยุคสังคมนิยมเข้าสู่ยุคสังคมนิยมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้น ขอบเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่ารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้หากมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้นหรือหากมีต้องเป็นผลกระทบที่น้อยที่สุด

เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ (2554, น.8) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนไว้ว่า การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันต้องมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง เป็นการจัดการทรัพยากร

เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพ โดยที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้เป็นอย่างดี

หลักเกณฑ์ในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน
2. ความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ
4. การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
5. การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด
6. การวางแผนระยะยาว
7. ความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
8. ความสอดคล้องระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนการพัฒนาด้านต่างๆ
9. ความร่วมมือระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนการพัฒนาด้านต่างๆ
10. การประสานความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ
11. การประเมินผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
12. การสร้างหลักเกณฑ์เพื่อประเมินผลกระทบ
13. การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
14. การพัฒนาการศึกษาแก่บุคลากร
15. การเสริมสร้างลักษณะเด่นของชุมชน
16. การคำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของทรัพยากร
17. การดำรงรักษามรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
18. การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี
2. ลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น
3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม
4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
5. เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น
6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่น
7. การปรึกษาหารืออยู่เสมอของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
8. การฝึกอบรมบุคลากร เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. มีการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อยกระดับความพึงพอใจ

10. มีการวิจัยและติดตามตรวจสอบประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพราะการท่องเที่ยวทุกรูปแบบต้องเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัลลภ ทองอ่อน (2550, น.25) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ไว้ว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่สำคัญ โดยภาพรวม 6 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดอยู่ 10 ประการคือ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ 7) ภาษาและวรรณกรรมรวมถึงระบบการศึกษา 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การประกอบอาหาร ธรรมเนียมปฏิบัติในการรับประทานอาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ 10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษา เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดกระบวนการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา รวมทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาด โดยเฉพาะการแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่น่าสนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรรักษาข้อมูลต่างๆ เพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐานของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวง และเมืองใหญ่ที่สุดในประเทศไทย รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสารและความเจริญของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลกอีกด้วย มีแม่น้ำสำคัญ คือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ทำให้แบ่งเมืองออกเป็น 2ฝั่ง คือฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร

กรุงเทพมหานครเป็นเขตปกครองพิเศษของประเทศไทย มิได้มีสถานะเป็นจังหวัด ซึ่งคำว่ากรุงเทพมหานคร นั้น ยังใช้เป็นคำเรียกสำนักงานปกครองส่วนท้องถิ่นของกรุงเทพมหานครอีกด้วย ปัจจุบันกรุงเทพมหานครใช้วิธีการเลือกตั้งผู้บริหารแบบการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรง

เนื่องจากประเทศไทยมีบทบาทด้านวัฒนธรรม สมัยนิยมและการบันเทิงมากขึ้นในการเมืองโลก มหาวิทยาลัยลัฟเบอร์ระ (Loughborough University) จึงจัดกรุงเทพมหานครให้เป็นนครโลกระดับแอลฟาแลบ กรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆและวัดหลายแห่ง ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 10 ล้านคนให้เดินทางเข้ามาเที่ยวชมในแต่ละปี นับเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดรองจากกรุงลอนดอน

ในสมัยอาณาจักรอยุธยา บางกอก (กรุงเทพมหานคร) ยังเป็นเพียงสถานีการค้าขนาดเล็กตั้งอยู่ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา ต่อมาในปี พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงย้ายเมืองหลวงมาตั้งอยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา คือ ฝั่งธนบุรี จึงได้ชื่อว่า กรุงธนบุรีและในปี พ.ศ. 2325 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงย้ายเมืองหลวงมายังฝั่งตะวันออกของแม่น้ำคือ ฝั่งพระนคร จึงได้ชื่อว่า กรุงรัตนโกสินทร์

ยุทธศาสตร์การพัฒนากทมมหานคร

กรุงเทพมหานครได้เริ่มใช้แผนประกอบการบริหารงานบ้านเมืองอย่างเป็นทางการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2520 โดยจัดทำแผนพัฒนากทมมหานคร 5 ปี (พ.ศ. 2520-2524) แผนฉบับนี้ถูกจัดทำโดยให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 และแผนมหาดไทย ฉบับที่ 2 ซึ่งมีระยะเวลาของแผนตรงกัน กรุงเทพมหานครได้จัดทำแผนระยะ 5 ปี อีกหลายฉบับ ต่อเนื่องกันมาจนถึงฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2545-2549) แต่ในปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลได้ปฏิรูประบบราชการ เพื่อมุ่งเน้นประสิทธิภาพการบริหารราชการและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติราชการ โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจกับประชาชนเพิ่มมากขึ้น จึงได้ประกาศบังคับใช้แผนบริหารราชการแผ่นดินตามมาตรา 13 และ 14 แห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 อาศัย พ.ร.บ. ฉบับนี้ รัฐบาลได้จัดทำแผนการบริหารราชการแผ่นดินฉบับแรกซึ่งครอบคลุมปี พ.ศ. 2548-2551 ขึ้น โดยนำนโยบายของรัฐบาลที่แถลงไว้ต่อรัฐสภาและแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาเป็นเนื้อหาจัดทำแผนฯ โดยแผนฯ ฉบับนี้มีระยะเวลา 4 ปี สอดคล้องกับวาระการบริหารราชการแผ่นดินของคณะรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งแผนฯ ฉบับนี้มีความแตกต่างจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนมหาดไทย รวมทั้งแผนพัฒนากทมมหานครเดิมที่ล้วนมีระยะเวลา 5 ปี เป็นเอกเทศจากวาระของผู้บริหารที่มาจากการเลือกตั้ง ผู้บริหารกรุงเทพมหานครพิจารณาแล้วจึงให้เปลี่ยนการจัดทำแผนให้มาสอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาล จัดทำแผนบริหารราชการกรุงเทพมหานคร 4 ปี ขึ้นมาใหม่ โดยให้สอดคล้องกับวาระการบริหารราชการของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและได้นำนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเข้ามานำบูรณาการในการจัดทำแผนฯ ด้วย

แผนบริหารราชการกรุงเทพมหานครฉบับแรก คือ ฉบับปี พ.ศ. 2548-2551 และในปัจจุบัน กรุงเทพมหานครอยู่ในระหว่างการใช้แผนบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 ซึ่งครอบคลุม ปี พ.ศ. 2552-2555 ผู้บริหารราชการกรุงเทพมหานครได้เห็นปัญหาของแผนบริหารฯ 4 ปี ที่อาจขาดความต่อเนื่องหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร จึงมีนโยบายให้ศึกษาจัดทำแผนพัฒนากทมมหานคร 12 ปี (พ.ศ. 2552-2563) ที่มีชื่อย่อเป็นภาษาสากลว่า Bangkok 2020 ซึ่งเป็นแผนระดับสูงกว่าแผนบริหารเพื่อครอบคลุมทิศทางของแผนบริหารฯ ใ้คงที่ไปถึง 3 ฉบับ และวางวิสัยทัศน์ให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน (Sustainable Metropolis)

ปรัชญาของแผนพัฒนากรุงเทพมหานครมุ่งที่จะผลักดันการพัฒนาใน 3 ระดับ คือ 1) ระดับภูมิภาค (Gateway) มุ่งเน้นให้กรุงเทพมหานคร เป็นมหานครศูนย์กลางภูมิภาค 2) ระดับเมือง (Green) มุ่งเน้นการอยู่ร่วมกันระดับคนกับสิ่งแวดล้อมที่ลงตัวเป็นการพัฒนายั่งยืน 3) ระดับชุมชน (Good Life) มุ่งเน้นให้คนในกรุงเทพมหานครอยู่ดีมีสุขในระดับครอบครัวและชุมชนเป็นเมืองน่าอยู่

ทั้งนี้ในการพัฒนาจะเน้นมิติการพัฒนาพื้นฐาน 4 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและด้านการบริหารจัดการ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลัก 5 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการเพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางภูมิภาค 2. พัฒนาศักยภาพเมืองเพื่อก้าวทันการแข่งขันทางเศรษฐกิจและเป็นมหานครแห่งการเรียนรู้ 3. พัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งสิ่งแวดล้อม 4. พัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม 5. พัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อเป็นต้นแบบด้านการบริหารมหานคร (วารสารสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน เมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2552)

วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งรวมงานศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุและจิตรกรรมฝาผนังและความรู้สาขาต่างๆมากมาย นับเป็นมรดกล้ำค่าและเสมือนเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย (รสิกา อังกูร อ้างถึงใน พระอริการสุพจน์ ศรีปัญญา, 2552, น.3) แม้ปัจจุบันวัดจะมีบทบาทน้อยลงไปจากอดีต แต่หากพระจะมีบทบาทในการช่วยดูแลรักษา ศาสนสถานและศาสนสมบัติ สามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือ รวมทั้งสอดส่องดูแลพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ภาพพจน์ของวัดและพระในสังคมดีขึ้น (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ อ้างถึงใน พระอริการสุพจน์ ศรีปัญญา, 2552, น.3)

ปัจจุบันวัดมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่สำคัญประเภทหนึ่ง ซึ่งมีศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมและความเจริญของชาติที่สามารถย้อนกลับไปศึกษาได้ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาทางวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน นอกจากนี้วัดบางแห่งยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สงบ สันโดษตามลักษณะของพระพุทธศาสนา (อรศิริ ปาณินท์ อ้างถึงใน สมประสงค์ อ่อนแสง, 2551, น.2) นักท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงความต้องการจากการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ กลายเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์โดยตรง ในการเข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของสังคมที่ตนไปท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีความ

ได้เปรียบจากการมีวัตถุบิทางทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเกิดจากวิถีชีวิตและศาสนาของคนไทยนั่นเอง คนไทยมีวิถีชีวิตผูกพันกับศาสนาพุทธ จึงมีการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ เพื่อใช้เป็นสถานที่ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ประเพณีประจำท้องถิ่นตามวันสำคัญทางพุทธศาสนา วัดจึงกลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญและทรงคุณค่าอย่างยิ่ง (สมประสงค์ อ่อนแสง, 2551, น.2)

กรุงเทพมหานครได้สถาปนาขึ้นเป็นเมืองหลวงของไทยในปี พ.ศ. 2325 โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงมีพระราชดำริว่า บริเวณที่ตั้งกรุงธนบุรีทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำมีลักษณะเป็นที่ดอนแต่ก็เป็นท้องคุ้ง น้ำเซาะตลิ่งพังอยู่เสมอไม่คงทนถาวรในขณะที่ฝั่งตะวันออก มีชัยภูมิที่ดีกว่าคือมีลักษณะเป็นแหลม มีพื้นที่เพิ่มอยู่เสมอ มีลำน้ำเป็นขอบเขตกว่าครึ่ง หากมีข้าศึกมาประชิดพระนครก็สามารถป้องกันได้โดยง่าย ด้วยเหตุนี้จึงมีพระราชดำริให้สร้าง เมืองหลวงขึ้นทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา อันถือเป็นการเริ่มต้นของกรุงรัตนโกสินทร์และเป็นที่มาของเกาะรัตนโกสินทร์ในเวลาต่อมา

กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองนำท่องเที่ยวอันดับหนึ่งแห่งเอเชียและเป็นอันดับสามของโลก จากการลงคะแนนเสียงของนักท่องเที่ยวในนิตยสาร Travel & Leisure ให้เป็นเมืองที่เป็นศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายรูปแบบ เป็นเมืองที่มีสีสันดึงดูดใจมากที่สุด เป้าหมายต่อไปคือ การยกระดับให้กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่งเมืองท่องเที่ยวของเอเชียและของโลกอย่างยั่งยืน (วัชรภรณ์ รัชชปศรี, 2551, น.2)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครจัดเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งถือเป็นย่านประวัติศาสตร์ที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีโบราณสถาน ศาสนสถานทั้งดงามโดดเด่นเป็นจำนวนมาก สถานที่แต่ละแห่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีความเกี่ยวเนื่องผูกพันต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ของไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยเฉพาะวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งบริเวณกรุงเทพชั้นใน โดยเฉพาะบริเวณ เกาะรัตนโกสินทร์ยังได้รับการสนับสนุน ส่งเสริมด้านการจัดการการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรุงเทพมหานคร ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญและให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตลอดมาจนทำให้บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย

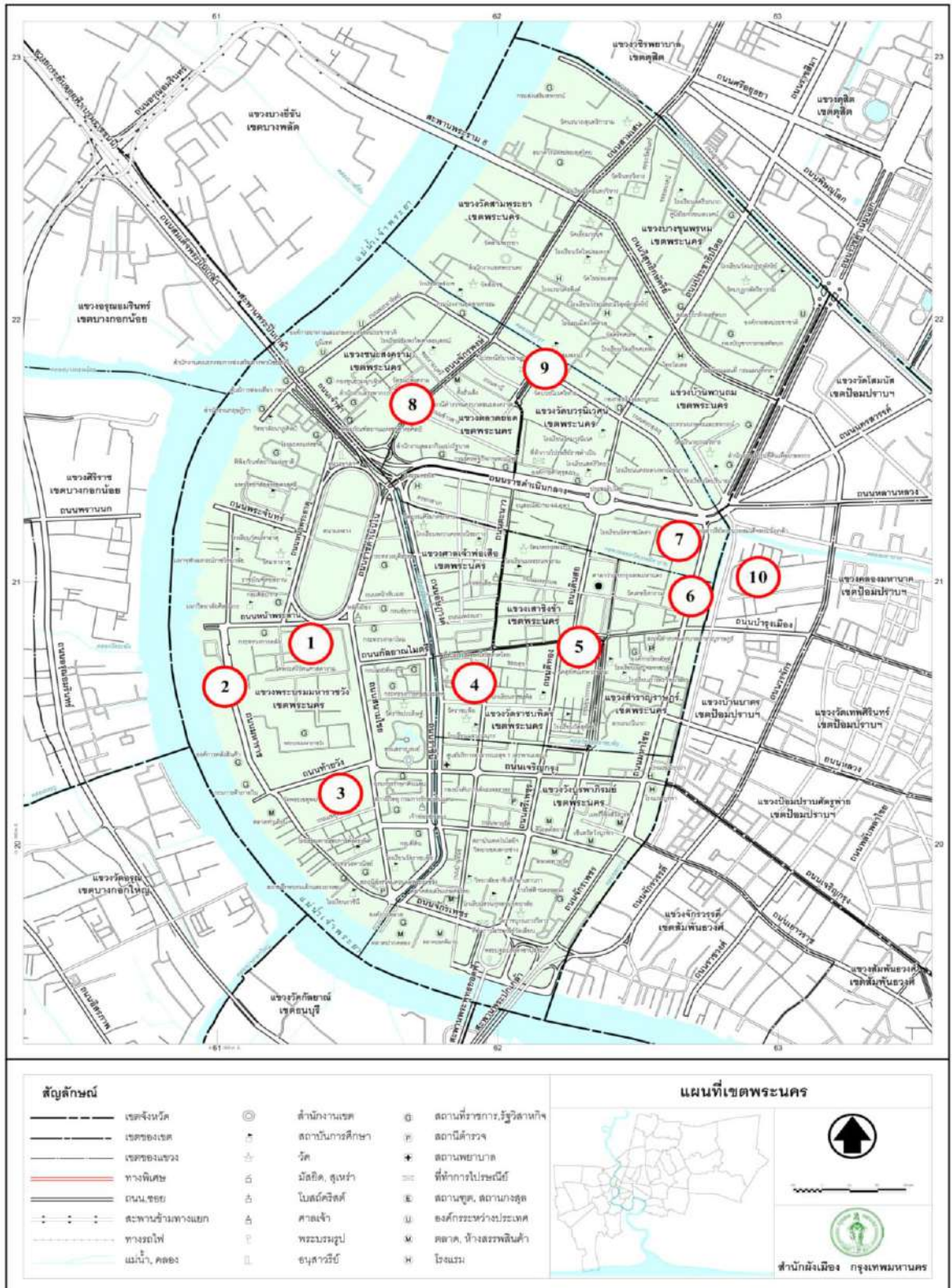
ขอบเขตของเกาะรัตนโกสินทร์ถูกกำหนดโดยแม่น้ำเจ้าพระยาที่ไหลเข้ามาเป็นกำแพงกั้นพระนครอยู่ด้านหนึ่งและคลองอีก 3 สายที่รายล้อม แบ่งพระนครออกเป็นชั้นๆ 3 ชั้น โดยคลองชั้นในสุดที่ชิดคันส่วนที่เป็นเพชรแท้เอาไว้เป็นเขตกรุงเทพมหานครชั้นในสุดก็คือคลองคูเมืองเดิม

อันเป็นคลองที่ขุดขึ้นเป็นคูเมืองในสมัยกรุงธนบุรี มีปากคลองด้านหนึ่งอยู่ที่ปากคลองตลาดและอีกด้านหนึ่งที่เชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า

คลองรอบกรุง เป็นคลองที่ขุดขึ้นเป็นคูเมืองกรุงเทพมหานคร อย่างแท้จริงในปี พ.ศ.2326 คลองนี้เริ่มต้นขึ้นที่ป้อมพระสุเมรุ เรียกคลองบางลำพูและไปสิ้นสุดที่บริเวณวัดเลียบ เรียกคลองโอบอ่างตลอดรายทางของคลองแห่งนี้มีการสร้างป้อมปราการและกำแพงเมืองขึ้น 14 แห่ง ในปัจจุบันยังคงเหลือป้อมปราการอยู่เพียง 2 แห่ง คือ ป้อมพระสุเมรุ บางลำพูและป้อมมหากาฬ เชิงสะพานผ่านฟ้าฯ คลองผดุงกรุงเกษม ขุดขึ้นเพื่อขยายพื้นที่กรุงเทพมหานคร ออกไปให้กว้างขวางขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 และเป็นคลองคูเมืองชั้นนอกสุด เริ่มต้นตั้งแต่เทวศร์ด้านหนึ่งและไปออกแม่น้ำเจ้าพระยาอีกด้านหนึ่งที่บริเวณใกล้ๆ โรงแรมริเวอร์ไซด์ ทำน้ำสี่พระยา ด้วยลักษณะการแบ่งพื้นที่โดยคลองดังกล่าวแล้ว เกาะรัตนโกสินทร์จึงมีลักษณะเป็นเมือง 3 ชั้น และมีความหมายโดยนัย ได้เป็น 2 กรณี คือ เกาะรัตนโกสินทร์ที่หมายเฉพาะส่วนชั้นในสุดอันเป็นเพชรแท้นยอดเรือนแหวนหรือที่เรียกว่า “หัวแหวน” เป็นที่ตั้งของวัดวาอาราม ปราสาทราชวังและสิ่งก่อสร้างโบราณต่างๆ ภายในซีกคั่นของคลองคูเมืองเดิมหรือส่วนทั้งหมด อันได้แก่พื้นที่ภายในบริเวณซีกคั่นของคลองทั้ง 3 แห่ง

หมายเลข 1-10 แสดงที่ตั้งของวัด

1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
2. วัดมหาธาตุราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร
3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
4. วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร
5. วัดสุทัศนเทพวรารามวรมหาวิหาร
6. วัดเทพธิดารามวรวิหาร
7. วัดราชนัดดารามวรมหาวิหาร
8. วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร
9. วัดบวรนิเวศวิหารวรมหาวิหาร
10. วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร



ภาพที่ 2 หมายเลข 1-10 แสดงที่ตั้งของวัด
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554, น.72)

วัดแต่ละแห่งแบ่งตามขอบเขตของเกาะรัตนโกสินทร์และมีรายละเอียด ดังนี้

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นกลาง ได้แก่ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร วัดเทพธิดารามราชวรวิหาร วัดราชนัคดารามราชวรมหาวิหาร วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร วัดบวรนิเวศวิหารราชวรมหาวิหาร

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นนอก ได้แก่ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร

1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือที่ชาวบ้านเรียกว่าวัดพระแก้วนั้น พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อ พ.ศ.2325 แล้วเสร็จใน ปี พ.ศ.2327 เป็นวัดที่สร้างขึ้นในเขตพระบรมหาราชวัง ตามแบบวัดพระศรีสรรเพชญ์ สมัยอยุธยา ภายในบริเวณวัดพระแก้ว ประกอบด้วยสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งสร้างสรรค์ด้วยสถาปัตยกรรมไทย ที่ประดับประดาไว้ทั้งบริเวณวัดอย่างวิจิตรพิสดาร รวมถึง จิตรกรรมฝาผนังที่โด่งดังไปทั่วโลก นั่นคือจิตรกรรมฝาผนังเรื่องรามเกียรติ์ ที่เล่าเรื่องราวตั้งแต่ปฐมบทจนจบผนังพระระเบียงที่โอบล้อมบริเวณวัดทั้ง 4 ด้าน โดยเริ่มจากด้านทิศเหนือเรื่อยไป ภายในพระอุโบสถเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร พระพุทธรูปปางสมาธิ ทำด้วยมณีสีเขี้ยวเนื้อเดียวกันทั้งองค์ หน้าตักกว้าง 48.3 ซม. สูงตั้งแต่ฐานถึงยอดพระเศียร 66 ซม. ประดิษฐานอยู่ในบุษบกทองคำ พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมีพระราชศรัทธาสั่งสร้างเครื่องทรงถวายเป็นพุทธบูชา สำหรับฤดูร้อนและฤดูฝน

วัดนี้อยู่ในเขตพระราชฐานชั้นนอกทางทิศตะวันออกมีระเบียงล้อมรอบ ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ใช้เป็นที่บวชนาคหลวงและประชุมข้าทูลละอองพระบาท ถือน้ำพิพัฒน์สัตยา วัดพระศรีรัตนศาสดารามนี้ ภายหลังจากการสถาปนาแล้วก็ได้รับการปฏิสังขรณ์สืบต่อมาทุกรัชกาลเพราะเป็นวัดสำคัญ จึงมีการปฏิสังขรณ์ใหญ่ทุก 50 ปี คือ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว และสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลปัจจุบันพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเป็นประธานคณะกรรมการอำนวยการปฏิสังขรณ์วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เนื่องในโอกาสที่จะมีการสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 200 ปี ในวันที่ 6 เมษายน พ.ศ.2525 ที่ผ่านมา วัดพระศรีรัตนศาสดารามนับเป็นวัดที่มีความสำคัญและมีความสวยงามเป็นพิเศษ เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ

2. วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร

วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร เป็นวัดโบราณสร้างในสมัยอยุธยาเดิมเรียกว่าวัดสลัก ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อทรงตั้งกรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีและทรงสร้างพระบรมมหาราชวังเป็นที่ประทับและสร้างพระราชวังบวรสถานมงคลเป็นที่ประทับสมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาสุรสิงหนาท กรมพระราชวังบวรสถานมงคลนั้น วัดสลักเป็นวัดที่อยู่กึ่งกลางระหว่างพระบรมมหาราชวังกับพระราชวังบวรสถานมงคล

สมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาสุรสิงหนาทโปรดให้บูรณะปฏิสังขรณ์วัดสลักเมื่อ พ.ศ. 2326 พร้อมกับการก่อสร้างพระราชวังบวรสถานมงคลจากนั้นทรงเปลี่ยนชื่อวัดจากวัดสลักเป็นวัดนิพพานาราม เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้ใช้วัดนิพพานารามเป็นสถานที่สังคายนาพระไตรปิฎกใน พ.ศ. 2331 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามวัดใหม่ว่า “วัดพระศรีสรรเพชญ์” และใน พ.ศ. 2346 พระราชทานนามใหม่ว่า วัดพระศรีรัตนมหาธาตุราชวรมหาวิหาร ตามชื่อในกรุงศรีอยุธยาที่เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและเป็นที่ประทับของสมเด็จพระสังฆราช วัดมหาธาตุเป็นสถานที่ที่ใช้เป็นพระราชทานเพลิงพระศพ โปเจ้านายซึ่งดำรงพระเกียรติยศสูง ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ใช้พื้นที่ของวัดเป็นที่สร้างเมรุพระราชทานเพลิงพระศพพระบรมวงศ์ชั้นสูง

ในปลาย พ.ศ. 2432 โปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งบาลีวิทยาลัยที่วัดมหาธาตุ เรียกว่ามหาธาตุวิทยาลัยและย้ายการบอกพระปริยัติธรรมมาจากวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ต่อมาใน พ.ศ. 2437 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างอาคารถาวรวัดถุ เรียกว่า สังฆิกเสนาสน์ราชวิทยาลัย เพื่อใช้ในงานพระศพสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ สยามมกุฎราชกุมาร หลังจากนั้นจะทรงอุทิศถวายแก่มหาธาตุวิทยาลัย เพื่อเป็นที่เรียนพระปริยัติธรรมชั้นสูง ซึ่งจะได้รับพระราชทานนามว่า “มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย” แต่อาคารหลังนี้สร้างเสร็จในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และงานพระศพสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชเจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ สยามมกุฎราชกุมาร ทรงจัดที่วัดบวรสถานสุทธาราษ

พ.ศ. 2439 โปรดเกล้าฯ พระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์ของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร ในการบูรณะวัดมหาธาตุและพระราชทานนามว่า “วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์”

3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)

วัดโพธิ์หรือวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกและเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ในสถาปนาวัดโพธารามวัดเก่าที่เมืองบางกอกครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดหลวงข้างพระบรมหาราชวัง และที่ได้พระแทนประดิษฐานพระพุทธรูปปฏิมากรพระประธานในพระอุโบสถเป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิของพระองค์ท่านไว้ด้วย

พระอารามหลวงแห่งนี้มีเนื้อที่ 50 ไร่ 38 ตารางวาอยู่ด้านทิศใต้ของพระบรมมหาราชวัง ทิศเหนือ จดถนนท้ายวัง ทิศตะวันออกจดถนนสนามไชย ทิศใต้จดถนนเศรษฐการ ทิศตะวันตกจดถนนมหาราช มีถนนเชตุพน ขนาบด้วยกำแพงสูงสี่ขาวแบ่งเขตพุทธาวาสและสังฆาวาสชัดเจน มีหลักฐานปรากฏในศิลาจารึกไว้ว่า หลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนาพระบรมมหาราชวังแล้ว ทรงพระราชดำริว่า มีวัดเก่าขนาบพระบรมมหาราชวัง 2 วัด ด้านเหนือ คือ วัดสลัก (วัดมหาธาตุฯ) ด้านใต้คือ วัดโพธาราม จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ขุนนางเจ้าทรงกรม ช่างสิบหมู่อำนวยการบูรณะปฏิสังขรณ์ เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2331 ใช้เวลา 7 ปี 5 เดือน 28 วัน จึงแล้วเสร็จ และโปรดเกล้าฯ ให้มีการฉลองเมื่อ พ.ศ. 2344 พระราชทานนามใหม่ว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาวาส ต่อมารัชกาลที่ 4 ได้โปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อยานามวัดเป็น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

ครั้งรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ นานถึง 16 ปี 7 เดือน ขยายเขตพระอารามด้านใต้และตะวันตกคือ ส่วนที่เป็นพระวิหารพระพุทธไสยาส สวนมัสกวัน สถาปนาขึ้นใหม่พระมณฑป ศาลาการเปรียญ และสระจระเข้ บูรณะปฏิสังขรณ์ใหม่เป็นโบราณสถานในพระอารามหลวงที่ปรากฏอยู่ทุกวันนี้แม้การบูรณะปฏิสังขรณ์ครั้งล่าสุดเมื่อฉลองกรุงเทพมหานคร 200 ปี พ.ศ. 2525 เป็นเพียงการซ่อมสร้างของเก่าให้ดีขึ้นมิได้สร้างเสริมสิ่งใด

เกร็ดประวัติศาสตร์ของการสถาปนาและการบูรณปฏิสังขรณ์วัดโพธิ์แห่งนี้ บันทึกไว้ว่า รัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3 ขุนนาง เจ้าทรงกรมช่างสิบหมู่ ได้ระดมช่างในราชสำนัก ช่างวังหลวง ช่างวังหน้าและช่างพระสงฆ์ที่อยู่ในวัดต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญงานศิลปกรรมสาขาต่างๆ ได้ทุ่มเทพลังงานสร้างสรรค์พุทธสถานและสรรพสิ่งที่ประดับอยู่ในวัดพระอารามหลวงด้วยพลังศรัทธาตามพระราชประสงค์ของพระองค์ท่านที่ให้เป็นที่แห่งรวมสรรพศิลป์ สรรพศาสตร์เปรียบเป็นมหาวิทยาลัยแห่งสรรพวิชาไทย (มหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรก) ที่รวมเอาภูมิปัญญาไทยไว้เป็นมรดกให้ลูกหลานไทยได้เรียนรู้กันอย่างไม่จบสิ้น

พระวิหารพระพุทธไสยาสเป็นพระวิหารที่สร้างเพื่อประดิษฐานพระพุทธไสยาส รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้กรมหมื่นนุมิตรภักดี (พระองค์เจ้าลาดาวลัย) ทรงกำกับช่างสิบหมู่สร้างพระพุทธไสยาสขึ้นก่อนแล้วจึงสร้างพระวิหารภายหลัง องค์พระพุทธไสยาสก่ออิฐถือปูนลงรักปิดทองด้านพระพักตร์สูง 15 เมตร ทอดพระองค์ยาว 46 เมตร ที่พระบาทสูง 3 เมตร ยาว 5 เมตรพระบาทประดับมุกภาพมงคล 108 ตรงกลางเป็นรูปกัจจกรตามตำรามหาปฐกฤษณะ นับเป็นพระพุทธไสยาสที่งดงามที่สุดในประเทศไทย

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามตั้งอยู่ริมถนนสนามไชยและถนนมหาธาตุติดกับพระบรมมหาราชวัง แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

4. วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร

วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม เป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเป็นวัดประจำรัชกาลเมื่อ พ.ศ. 2412 โดยมีพระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าประดิษฐวรการ พระโอรสในพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นนครงศ์หริรักษ์ (พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช) พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงสรรพสาตศุภกิจ และเจ้าพระยาธรรมธาดาธิบดี (ม.ร.ว.ปุ้ม มาลากุล) เป็นผู้อำนวยการก่อสร้าง มีลักษณะผสมระหว่างสถาปัตยกรรมไทยและยุโรป คือ ลักษณะภายนอกเป็นสถาปัตยกรรมไทย ส่วนภายในออกแบบตกแต่งอย่างตะวันตกและทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม หมายถึง วัดที่พระมหากษัตริย์ทรงสร้างและมีมหาสีมาอันเป็นเสาศิลาจำหลักยอดเป็นรูปเสมาธรรมจักร 8 เสา ตั้งแต่เป็นสีมาที่กำแพง 8 ทิศ “ราชบพิธ” หมายถึง พระอารามที่พระเจ้าแผ่นดินสร้าง “สถิตมหาสีมาราม” หมายถึง พระอารามซึ่งมีมหาเสมาหรือเสมาใหญ่วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามมีสุสานหลวงซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของวัด พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างอนุสาวรีย์ขึ้น เพื่ออุทิศพระราชกุศลแก่พระบรมราชเทวี พระราชเทวี เจ้าจอมมารดา ตลอดจนพระราชโอรสธิดาและมีบางส่วนของพระบรมวงศานุวงศ์ ทรงสร้างขึ้นในสมัยหลังอนุสาวรีย์ที่สุสานหลวงนี้ทำเป็นรูปเจดีย์ ประดับ และอาคารศิลปะยุโรป

5. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร

วัดสุทัศนเทพวรารามเป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่เลขที่ 146 ถนนบำรุงเมือง แขวงราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ มีชื่อเรียกกันเป็นสามัญหลายชื่อในสมัยโบราณ เช่น วัดพระใหญ่ วัดพระโต ซึ่งเป็นการเรียกตามลักษณะพระพุทธรูปสำคัญของวัด คือ พระศรีศากยมุนี วัดเสาชิงช้า เรียกตามสถานที่ตั้งชื่ออยู่ใกล้กับเสาชิงช้า เทวสถานของพราหมณ์กลางเมือง วัดมหาสุทธาवासเป็นนามที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 พระราชทานอันหมายถึง สวรรค์ชั้นพรหมโลกชื่อสุทธาवास วัดสุทัศนเทพวราราม พระบาทสมเด็จพระ

พระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 พระราชทานและวัดสุทัศนเทพวราราม พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 พระราชทานทั้งสองชื่อนี้หมายถึง สุทัศนครบนเขาพระสุเมรุศูนย์กลางของ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์ที่ประทับของพระอินทร์

บริเวณที่ตั้งของวัดสุทัศนเทพวรารามอยู่เกือบกึ่งกลางของกรุงเทพมหานคร เปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุ เป็นศูนย์กลางจักรวาล เป็นศูนย์รวมของสรรพสิ่งที่น่าสนใจ รูปแบบการก่อสร้างของ สิ่งก่อสร้าง ภายในวัดมีทั้งคติธรรม ปรัชญาธรรม สัญลักษณ์ที่ต้องขบคิดตีปัญหาให้เข้าใจ การวางผังการก่อสร้าง ก็ทำอย่างเป็นระบบเป็นระเบียบสวยงาม เป็นจุดเด่นและเป็นศรีสง่าแก่บ้านเมือง

พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ปฐมกษัตริย์แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดสุทัศนเทพวรารามขึ้นเพื่อให้เป็นวัดที่สำคัญที่ตั้งอยู่กลางกรุงเทพมหานคร ดังมีปรากฏข้อความอยู่ในบันทึกของกรมหลวงนรินทรเทวี ที่กล่าวว่าพระโองการรับสั่งให้สร้างวัดขึ้นกลางพระนครให้สูงเท่าวัดพนัญเชิง ให้พระพิเรนทรเทพขึ้นไปรับพระใหญ่ ณ เมืองโสโคโขไทยชะลอเลื่อนลงมากรุง ประทับท่าสมโภช 7 วัน โดยเริ่มจากการกำหนดพระฤกษ์ ขุดรากพระวิหารหลวงในวันจันทร์ที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2350 เมื่อการก่อสร้างพระวิหารหลวงและสร้างฐานชุกชี เสร็จแล้ว โปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญพระศรีศากยมุนี จากวิหารหลวงวัดมหาธาตุเมืองสุโขทัยมา ประดิษฐานบนฐานชุกชีพระวิหารหลวงวัดสุทัศนเทพวราราม วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2523

พระวิหารคด (พระระเบียงคด) สร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ล้อมพระวิหารหลวงทั้ง 4 ด้าน ความกว้าง 89.60 เมตร ความยาว 98.83 เมตร ระหว่างกลาง พระระเบียงคดแต่ละด้านมีประตูซุ้มจตุรมุข หน้าบันลายองไม้แกะจำหลักลาย ปิดทองประดับกระจกสีเป็นรูปพระนารายณ์ทรงครุฑ พื้นหลังเป็นลายกนกก้านออกช่อหางโต บานประตูพระวิหารคดเป็นบานไม้ขนาดใหญ่ มีลายรดน้ำรูปเชือกวง (ทวารบาล) ยืนบนหลักกิโล เิงบานเป็นภาพสัตว์หิมพานต์ต่างๆ เช่น นรมฤค กินรี ราชสีห์ คชสีห์ นกหัสดี นกเทศ เหมรา ฯลฯ ภาพหลังบานประตูเป็นภาพเขียนสีน้ำมันรูปตัวละครในเรื่องรามเกียรติ์

6. วัดเทพธิดารามวรวิหาร

วัดเทพธิดารามวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่เลขที่ 70 ถนนมหาไชย แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาเจษฎาบดินทร์ พระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 แห่งพระบรมราชจักรีวงศ์ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นภูมินทรภักดี (พระ องค์เจ้าชายลดาวัลย์ ต้นราชสกุล "ลดาวัลย์" พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว และเจ้าจอมมารดาอ่อน) เป็น

แม่กองในการสร้างวัดเทพธิดารามวรวิหาร เมื่อปี พ.ศ. 2379 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระเจ้าลูกเธอ พระองค์เจ้าหญิง วัฒนา พระปิยราชธิดา และสำเร็จเรียบร้อย เมื่อปี พ.ศ. 2382 พระบาท สมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดพระ ราชทานนามว่า "วัดเทพธิดาราม" ซึ่งหมายถึง "อัปสรสุดาเทพ" และพระองค์ได้เสด็จพระราชดำเนิน มาทรงเป็น องค์ประธานในพระราชพิธีผูกพัทธสีมา เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2382

สิ่งสำคัญในวัดนี้คือ พระปรารักษ์ทิศทั้งสี่ เป็นฝีมือช่างในสมัยรัชกาลที่ 3 บุชบกที่รองรับพระประธาน ภายในโบสถ์ ที่ประดิษฐานอย่างสวยงามและที่ผนังพระอุโบสถมีภาพเขียนเป็นรูปพุ่มข้าวบิณฑ์ แบบอย่าง ในรัชกาลที่ 3 นอกจากนี้ยังเคยเป็นที่พำนักของสุนทรภู่กวีเอกแห่ง กรุงรัตนโกสินทร์ ระหว่าง พ.ศ. 2383 - 2385 เมื่อคราวบวชเป็นพระภิกษุ ปัจจุบันยังมีกุฏิหลังหนึ่ง เรียกว่า "บ้านกวี" เปิดเป็น พิพิธภัณฑ์ให้เข้าชมได้

รูปหมู่พระอริยสาวิกา (ภิกษุณี) ภายในพระวิหารมีรูปหมู่ภิกษุณีหล่อด้วยดินเผา หน้าตักกว้าง 11 นิ้ว สูง 21 นิ้ว จำนวน 52 องค์ ประดิษฐานบนแท่นหน้าพระพุทธรูปปฏิมาประธานฯ ภิกษุณีทั้งหมดจะมีลักษณะ ท่าทางที่แตกต่างกัน เป็นของเก่าแก่หาดูได้ยาก มีอยู่แห่งเดียวในโลก

พระประธานในพระอุโบสถ สลักด้วยศิลาขาว บริสุทธ์ หน้าตักกว้าง 14 นิ้ว สูง 20 นิ้ว ปางมารวิชัย พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงให้อัญเชิญมาจากพระบรมมหาราชวัง แล้วให้ประดิษฐานไว้เหนือเวชยันต์บุชบกอันประดิษฐานตาม ต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงเฉลิมพระนาม พระพุทธรูปองค์นี้ว่า "พระพุทธรูปเทวธิดา" ตามหนังสือราชเลขานุการที่ รล.0002/2522 ลงวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2514 (แต่ประชาชนโดยทั่วไปจะนิยมเรียกว่า "หลวงพ่อบาง")

พระพุทธรูปทรงเครื่อง ด้านหน้าของพระประธานมีพระพุทธรูปทรงเครื่อง อริยาบถยืนปางห้ามสมุทร 2 องค์ ประดิษฐานอยู่ด้านซ้ายและด้านขวาของพระพุทธรูปเทวธิดา กล่าวกันว่าเป็นสัญลักษณ์ ของพระเจ้าลูกเธอพระองค์เจ้าหญิงวัฒนา กรมหมื่นอัปสรสุดาเทพ

เครื่องประดับพระอาราม คือ ตุ๊กตาศิลาสลักแบบจีน เป็นรูปคนและสัตว์ มีลักษณะท่าทางและอริยาบถต่างๆ กัน มีการแต่งกายแบบจีนบ้าง แบบไทยบ้าง ตั้งประดับอยู่บริเวณรอบพระอุโบสถบ้าง พระวิหารบ้าง ศาลาการเปรียญบ้าง ตุ๊กตาเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในสภาพชำรุดและบางส่วนถูกขโมยลักไปบ้าง

พระปรารักษ์ทิศทั้งสี่ ก่ออิฐถือปูนสูงประมาณ 15 เมตร ตั้งอยู่บนลานทักษิณ มุมสูงของพระอุโบสถทั้ง 4 ทิศ คือ ทิศอาคเนย์ ทิศเหนือ ทิศพายัพและทิศอีสานที่ฐานของพระปรารักษ์ แต่ละองค์จะมีรูปท้าวจตุโลกบาลทั้ง 4 คือ ท้าวธตรฐ ท้าววิรูปักษ์ ท้าววิรูปักษ์และท้าวกุเวร ประจำรักษาในทิศทั้ง 4

7. วัดราชนัคดารามวรวิหาร

วัดราชนัคดารามวรวิหาร เป็นวัดสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งอยู่ใกล้กับป้อมมหากาฬ ติดกับลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ ซึ่งเป็นพลับพลารับแขกเมืองเชิงสะพานผ่านฟ้าลีลาศ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงสร้างบนสวนผลไม้เก่าเนื้อที่ประมาณ 25 ไร่ เพื่อพระราชทานเป็นเกียรติแก่พระราชนัคดา คือ พระเจ้าหลานเธอพระองค์เจ้าหญิงโสมนัสวัฒนาวดี (ซึ่งภายหลังเป็นมเหสีในรัชกาลที่ 4) โดยทั้งสองพระองค์เสด็จวางศิลาฤกษ์ เมื่อ พ.ศ. 2389 จุดเด่นของวัดราชนัคดาที่ประชาชนมองเห็นได้โดยทั่วไปเมื่อผ่านมาทางถนนราชดำเนิน คือ โลหะปราสาท ซึ่งสร้างโดยพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 นับว่าเป็นโบราณสถานล้ำค่าของไทย ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นโลหะปราสาทเพียงหนึ่งเดียวที่ยังเหลืออยู่ในโลก คำว่า “โลหะปราสาท” (Lohaprasada) เป็นชื่อดั้งเดิมของอินเดีย เรียกมาแต่ครั้งพุทธกาลสมเด็จพระยาจักรพรรดิราชานุภาพทรงประทานความหมายว่า “ตึกที่มียอดเป็นโลหะ” แต่เดิมเป็นโลหะปราสาทไม่ได้ตั้งเด่นเป็นสง่าเมื่อผ่านมาทางถนนราชดำเนินเหมือนในปัจจุบัน เพราะมีการก่อสร้างโรงพยาบาลนครสีลาเฉลิมไทย ห้วมถนนราชดำเนิน ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงครามเป็นโรงพยาบาลแห่งแรกของประเทศไทย ต่อมาใน พ.ศ. 2532 จึงได้มีการรื้อโรงหน้าศาลาเฉลิมไทย เพื่อเปิดมุมมองทางเข้าเกาะรัตนโกสินทร์จากสะพานผ่านฟ้าลีลาศ ก่อสร้างเป็นลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ พื้นที่โดยรอบเป็นลานกว้าง จัดสร้างพลับพลาที่ประทับ เพื่อที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงออกรับแขกบ้านแขกเมือง เป็นสถานที่ประดิษฐานพระบรมราชานุสาวรีย์กรมหมื่นเจษฎาบดินทร์ ซึ่งต่อมาคือรัชกาลที่ 3

โลหะปราสาท วัดราชนัคดารามวรวิหารนี้ ถือเป็นแห่งที่ 3 ของโลกซึ่งพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ได้โปรดให้ช่างเดินทางไปดูแบบที่ประเทศศรีลังกาโดยนำเค้าเดิมมาเป็นแบบแล้วปรับปรุงให้เป็นศิลปกรรมแบบไทยโดยสร้างเป็นอาคาร 7 ชั้น มียอดปราสาททั้งหมด 37 ยอด หมายถึงหลักธรรมในพระพุทธศาสนา 37 ประการ ชั้น 7 เป็นยอดปราสาทสำหรับประดิษฐานพระบรมธาตุนับตั้งแต่เริ่มก่อสร้างโลหะปราสาทในรัชกาลที่ 3 เป็นต้นมายังไม่เคยก่อสร้างได้แล้วเสร็จบริบูรณ์เลย จนถึงรัชกาลปัจจุบัน ได้เริ่มมีการบูรณะครั้งแรกเมื่อปี 2506

รูปแบบของโลหะปราสาทเป็นแบบที่งดงามตามแบบอย่างของศิลปะไทย แปลนปราสาทเป็นรูปสี่เหลี่ยม มียอดปราสาทเรียงรายกันขึ้นไป 3 ชั้น โดยแบ่งเป็นช่องๆ แต่ละช่องหน้าต่างมียอดปราสาทครอบทับ ทำให้ปราสาทเล็กๆ เรียงรายลดย่อเป็นข้อขึ้นไปจนถึงจุดยอดสูงสุด ในลักษณะย่อลดขึ้นจากฐานขึ้นไปจนถึงยอด มีบันไดขึ้นโลหะปราสาทตรงกลาง บันไดใช้เสาไม้แก่นขนาดใหญ่เป็นแกนแล้วทำบันไดวนเป็นกั้นหอยเวียนรอบเสาโอบตัวขึ้นบันไดควบกับ

ตัวเสาและผนังด้านข้างซึ่งเป็นรูปกลมเวียนขึ้นไปสู่ฐาน ประทักยิมชั้นแรกและชั้นบน ตรงกลาง เป็นตัวมณฑป

สิ่งสำคัญภายในวัดราชนัคคารามวรวิหาร ซึ่งเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร มีดังนี้ พระอุโบสถ ตั้งอยู่กลางระหว่างพระวิหารและศาลาการเปรียญ คือด้านยาวขนานกับกำแพงแก้ว เป็นอาคารทรงโรง หลังคามุงกระเบื้อง มีช่อฟ้า ใบระกา หน้าบันลงรักปิดทอง ประดับด้วยกระจก ภายในประดิษฐานพระเสถียรธรรมณี ที่หล่อด้วยทองแดงจากตำบลจันทึก นครราชสีมา

พระวิหาร ตั้งสกัดอยู่ทางด้านใต้ของพระอุโบสถ เป็นอาคารทรงโรง หลังคามุงกระเบื้อง มีช่อฟ้า ใบระกา หน้าบันลงรักปิดประดับกระจก เขียนลายฉลุปิดทองที่เพดาน ภายในพระวิหารทำเป็นห้องเวชยันตพิมาน ไม้กลาง สองข้างมีฉัตรเบญจา 5 ชั้น มีพระพุทธรูปปางห้ามสมุทรเป็นประธาน พระพุทธรูปองค์นี้เดิมเมื่อสร้างไม่ได้ลงรักปิดทอง ต่อเมื่อได้ลงรักปิดทองแล้ว จึงถวายพระนามว่า “พระพุทธรุติธรรมนราสพ”

ศาลาการเปรียญ ตั้งสกัดอยู่ทางทิศเหนือของพระอุโบสถ ประดิษฐานพระพุทธรูปปางรำพึง ซึ่งได้หล่อขึ้นเท่าองค์พระประจำชั้นยา

8. วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร

วัดชนะสงคราม ตั้งอยู่เลขที่ 77 ถนนจักรพงษ์ แขวงบางลำพู เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร อยู่เหนือคลองโรงไหม ริมถนนจักรพงษ์ (สะพานเลี้ยว) แต่เดิมอยู่กลางทุ่งนาจึงเรียกว่าวัดกลางนา สมเด็จพระราชวังบรมมหาสุรสิงหนาททรงสถาปนาวัดนี้ขึ้นมาใหม่และรัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้เป็นวัดพระสงฆ์ฝ่ายรามัญเพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ทหารรามัญในกองทัพของสมเด็จพระราชวังบรมมหาสุรสิงหนาท ชาวบ้านนิยมเรียกว่า “วัดตองปุ” ตามแบบวัดตองปุในสมัยอยุธยา ต่อมาเมื่อมีชัยชนะต่อกองทหารข้าศึก จึงพระราชทานนามพระอารามใหม่ว่า “วัดชนะสงคราม”

พระอุโบสถ ตั้งอยู่ตรงกลางด้านทิศตะวันออก ล้อมด้วยกำแพงแก้ว เดิมในสมัยวัดกลางนาเป็นพระอุโบสถขนาดเล็ก ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 1 สมเด็จพระราชวังบรมมหาสุรสิงหนาทได้ขยายให้มีขนาดกว้าง 13 วา 2 สอก ยาว 20 วา 2 สอก สูง 15 วาเศษ มีลักษณะเป็นโรงโถง มีเสาเรียงรายอยู่ข้างใน ฝาผนังก่ออิฐถือปูน หน้าบันแกะสลักเป็นรูปชุ้มประตู มี นารายณ์ทรงครุฑ เบื้องบนล้อมรอบด้วยเทพชุมนุม ภายในวงล้อมลายกนก มีช่อฟ้าใบระกา หางหงส์ ชุ้มประตูเป็นรูปบันลายกนก บานประตูจำหลักลายกนก ลงรักปิดทองประดับกระจก ล้อมกรอบด้วยรูปข้าวหลามตัด ด้านในมีภาพจิตรกรรม เขียนสีรูปเทวดา อสูร ยักษ์เสียวางและรูปอื่นๆ ติดพันด้วย สัตว์ประหลาดตามจินตนาการของช่างเขียนในสมัยนั้น

พระพุทธนรสีหจริโลกเชษฐ ประดิษฐานเป็นพระประธานในพระอุโบสถ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 ทำด้วยปูนปั้นแล้วบุด้วยดีบุก ลงรักปิดทองปางมารวิชัย ที่ฐานชุกชีมีพระพุทธรูปโบราณ ซึ่งสร้างสมัยเดียวกันประดิษฐานล้อมรอบ 15 องค์

9. วัดบวรนิเวศวิหารราชวรมหาวิหาร

ประวัตินี้และที่ตั้งของวัดบวรนิเวศวิหาร เป็นวัดชั้นเอกชนิดราชวรวิหาร ตั้งอยู่ต้นถนนตะนาวและถนนเฟื่องนคร บางลำพู กรุงเทพฯ แต่เดิมวัดนี้เป็นวัดใหม่อยู่ใกล้กับวัดรังสีสุทธาวาส ต่อมาได้รวมเข้าเป็นวัดเดียวกัน โดยกรมพระราชวังบวรมหาศักดิพลเสพย์ ในรัชกาลที่ 3 ทรงสร้างใหม่ วัดนี้ได้รับการทำนุบำรุงและสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ขึ้นจนเป็นวัดสำคัญวัดหนึ่ง โดยเฉพาะในสมัยปลายรัชกาลที่ 3 เมื่อพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงอาราธนาสมเด็จพระอนุชาธิราชเจ้าฟ้ามงกุฎ ซึ่งผนวชเป็นพระภิกษุ อยู่วัดสมอราย (วัดราชาธิวาส) เสด็จมาครอง เมื่อ พ.ศ. 2375 ทำให้วัดนี้ได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์ และเสริมสร้างสิ่งต่างๆ ขึ้น

เมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเป็นพระราชาคณะเสด็จประทับที่วัดนี้แล้ว ทรงบูรณะปฏิสังขรณ์และสร้างถาวรวัตถุต่างๆ เพิ่มเติมขึ้นหลายอย่าง พร้อมทั้งได้รับพระราชทานตำแหน่งจากรัชกาลที่ 3 ด้วย ในสมัยต่อมาวัดนี้ เป็นวัดที่ประทับของพระมหากษัตริย์ เมื่อทรงผนวชหลายพระองค์ เช่น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน จึงทำให้วัดนี้ได้รับการทำนุบำรุงให้คงสภาพดีอยู่เสมอ ในปัจจุบันนี้ ศิลปกรรมโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ หลายสิ่งหลายอย่างอยู่ในสภาพดีพอที่จะชมและศึกษาได้เป็นจำนวนมากไม่น้อย

วัดบวรนิเวศวิหารนี้มีศิลปกรรมและถาวรวัตถุที่มีค่าควรแก่การศึกษาไม่น้อย แบ่งออกเป็นศิลปกรรมในเขตพุทธาวาสและศิลปกรรมในเขตสังฆาวาส ทั้งสองเขตนี้ถูกแบ่งโดยกำแพงและคูน้ำ มีสะพานเชื่อมถึงกันเดินข้ามไปมาได้สะดวก ศิลปกรรมต่างๆ ในวัดนี้ เป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

10. วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร

วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร (วัดสระเกศ) อยู่ริมคลองมหานาคและคลองรอบกรุง ใกล้สะพานผ่านฟ้าลีลาศ เป็นวัดโบราณในสมัยอยุธยา เดิมเรียกว่า วัดสะแก มีตำนาน เนื่องจากในพงศาวดารเมื่อปีขาลจัตวาศกจุลศักราช 1145 พ.ศ. 2325 ปัจจุบันเป็นพระอารามหลวงชั้นโทชนิดราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่แขวงบ้านบาตร เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายกรุงเทพมหานคร วัดสระเกศมีข้อความปรากฏตามตำนานว่า เป็นเก่าแก่สร้างมาแต่สมัยโบราณ สันนิษฐานว่าจะได้สร้างมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เพิ่งมาเปลี่ยนเป็นวัดสระเกศเมื่อสมัยรัชกาลที่ 1 ตอนที่ได้สร้างกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรกมีปรากฏตามพระราชพงศาวดารว่า เมื่อจุลศักราช 1145 นั้นพระบาทสมเด็จพระพุทธ

ยอดฟ้าจุฬาโลก ได้โปรดให้ลงมือก่อสร้างพระนครรวมทั้งพระบรมมหาราชวังและพระราชวังบวรสถานมงคล ได้รวมผู้คนให้ขุดคลองรอบเมืองตั้งแต่บางลำพู เรื่อยไปจนถึงแม่น้ำด้านใต้ ตอนเหนือวัดจักรวรรดิราชาวาส แล้วโปรดให้ขุดคลองหลอดและขุดคลองใหญ่เหนือวัดสะแกอีกคลองหนึ่ง พระราชทานนามว่าคลองมหานาค เพื่อให้เป็นที่สำหรับประชาชนชาวพระนคร ได้ลงประชันเล่นเพลงเรือ และสักวาในเทศกาลฤดูน้ำ เหมือนอย่างครั้งกรุงศรีอยุธยาและวัดสะแกนั้นเมื่อขุดคลองมหานาค แล้วพระราชทานเปลี่ยนนามใหม่ว่า “วัดสระเกศ” และทรงปฏิสังขรณ์วัดสระเกศ ทั้งพระอารามตั้งต้น แต่พระอุโบสถตลอดถึงเสนาสนะสงฆ์และขุดคลองรอบวัดอีกด้วย คำว่า “สระเกศ” นี้ตามรูปคำ ก็แปลว่าชำระหรือทำความสะอาดพระเกศานั้นเอง มูลเหตุที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงพระราชทานเปลี่ยนชื่อวัดสะแก เป็นวัดสระเกศนี้ มีหลักฐานที่ควรอ้างถึงคือพระราชวิจารณ์ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เรื่องจดหมายเหตุความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวี ข้อ 11 “รับสั่งพระโองการ ตรัสว่าวัดสะแก เรียกวัดสระเกศแล้วบูรณะปฏิสังขรณ์ เห็นควร ที่ต้นทางเสด็จพระนคร “ทรงพระราชวิจารณ์ไว้ว่า “ปฏิสังขรณ์วัดสระเกศและเปลี่ยนชื่อเป็นวัดสระเกศเอามากกล่าวปนกับวัดโพธิ์เพราะเป็นต้นทางที่เสด็จเข้ามาพระนครมีคำเล่ากันว่า เสด็จเข้า โขลงทวารสร้างพระมูรธาภิเษกตามประเพณีกลับจากทางไกลที่วัดสระเกศ จึงเปลี่ยนนามว่า “วัดสระเกศ”

บรมบรรพตนี้ โดยมากเรียกกันว่า ภูเขาทอง สร้างเป็นรูปภูเขา มีพระเจดีย์อยู่บนยอด มีบันไดเวียนเป็นทางขึ้นไปถึงพระเจดีย์ 2 ทางด้านเหนือทางหนึ่ง ด้านใต้ทางหนึ่ง สำหรับขึ้นและลงเพื่อความสะดวกในเวลาเทศกาล และยังมีบันไดตรงด้านใต้อีกทาง หนึ่งแต่บันไดตรงได้รื้อเสียเมื่อคราวบูรณะปฏิสังขรณ์ พ.ศ. 2439 ฐานโดยรอบวัดได้ 8 เส้น 5 วา ส่วนสูง 1 เส้น 19 วา 2 ศอก บรมบรรพตนี้ นับว่าเป็นปูชนียสถานอันสำคัญ ทางพระพุทธศาสนา แห่งหนึ่ง และเป็นสมบัติทรงคุณค่าของชาติอีกด้วยการสร้างบรมบรรพตนี้ ได้เริ่มขึ้นในรัชกาลที่ 3 ด้วยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระราชประสงค์จะสร้างพระเจดีย์ให้เหมือนอย่างวัดภูเขาทอง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งที่วัดภูเขาทอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นตั้งอยู่ที่ชายทุ่ง มีพระเจดีย์อยู่องค์หนึ่ง เป็นที่สำหรับชาวพระนครศรีอยุธยาจะไปประชันเล่นเพลงและสักวาในเทศกาลประจำปี จุดประสงค์เดิมก็เพื่อจะได้นมัสการพระเจดีย์ ในปัจจุบันนี้ก็ยังมีประชันรื่นเริงโดยทางเรือกันอยู่ ทรงพิจารณาเห็นว่าที่วัดสระเกศเป็นสถานที่เหมาะสมจึงโปรดให้สมเด็จพระบรมมหาพิชัยญาติ (ทัต บุนนาค) เป็นแม่กองสร้าง เมื่อแรกลงมือสร้างแล้ว พระราชทานนามว่าพระเจดีย์ภูเขาทอง

สรุป จากข้อมูลพื้นฐานของกรุงเทพมหานคร ในส่วนของสถานที่สำคัญๆ โบราณสถาน และวัด ทำให้เกิดการเรียนรู้ข้อมูล อันเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพราะสถานที่สำคัญ โบราณสถานและวัดต่างๆ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีความสวยงามวิจิตรตระการตาและมีคุณค่าทางจิตใจสูง วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยและเป็นมรดกคู่บ้าน คู่เมืองอันทรงคุณค่าเป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งหมด

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบที่หลากหลาย ในการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะในประเด็นที่สำคัญๆ ดังนี้

1. การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (Education and Increase of Value)

องค์ประกอบด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า มุ่งเน้นในส่วนของกรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้สภาพระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต้องมีการจัดการที่ดี มีวิสัยทัศน์และมุมมองที่โดดเด่นในแต่ละประเด็น ดังนี้

1.1 ด้านสาธารณสุข ประกอบด้วย

- 1.1.1 ความสะอาดของภาพลักษณ์โดยรวม เช่น ห้องน้ำ ห้องส้วม
- 1.1.2 การกำจัดขยะมูลฝอย
- 1.1.3 มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ
- 1.1.4 มีการดูแลสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ

1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประกอบด้วย

- 1.2.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจี่จักรยาน การนั่งรถราง
- 1.2.2 มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้าจักรสาน
- 1.2.3 มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ
- 1.2.4 มีกิจกรรมบันเทิง เช่น ดนตรี การเดินรำ การแสดงพื้นบ้าน
- 1.2.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

1.3 ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1.3.1 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
- 1.3.2 มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย
- 1.3.3 มีเครื่องมือตลอดจนการเคลื่อนย้ายที่เหมาะสมกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย
- 1.3.4 มีการตักเตือนนักท่องเที่ยวเรื่องการเก็บรักษาทรัพย์สิน

1.3.5 มีการดูแลและซ่อมแซมกลอนประตู หน้าต่างและบริเวณโดยรอบอย่างสม่ำเสมอ

1.4 ด้านการบริหารจัดการและบริการ ประกอบด้วย

1.4.1 มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านจัดการในรูปแบบของชมรมสหกรณ์หรือกลุ่มชาวบ้าน

1.4.2 มีคณะกรรมการบริหารโครงการเป็นรูปธรรม

1.4.3 มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมจารีตประเพณีและความเชื่อของชุมชน

1.4.4 มีระบบการจองล่วงหน้าและลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

1.4.5 มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน

1.4.6 มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก

1.4.7 ชุมชนไม่มุ่งหวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน

1.4.8 มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นเยาวชนท้องถิ่น

1.5 ด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย

1.5.1 มีแหล่งโบราณคดีโบราณสถานประวัติศาสตร์

1.5.2 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1.5.3 มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ

1.5.4 มีสถานพยาบาล "ปฤษฎิย์ ธาราคารอยู่ไม่ไกลเกินไป

1.5.5 พื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชนท้องถิ่นรักษาวัฒนธรรมและประเพณีเก่าแก่

1.6 ด้านมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย

1.6.1 มีร้านขายของที่ระลึก

1.6.2 มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต

1.6.3 มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน

1.6.4 มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ

1.7 ด้านส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- 1.7.1 มีคู่มือการท่องเที่ยวเป็นของตนเอง
- 1.7.2 มีเว็บไซต์ (Website) เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว
- 1.7.3 มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงฯ
- 1.7.4 มีแผนที่แสดงที่พักและเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
- 1.7.5 มีตารางกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือก

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้สร้างกรอบมาตรฐานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น โดยเรียกว่าเป็นกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานทางวัฒนธรรมไว้โดยประกอบไปด้วยตัวชี้วัด 8 ด้านได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่มและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแต่ละด้านมีการกำหนดรายละเอียดที่ควรปฏิบัติเอาไว้ โดยรายละเอียดของดัชนีในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดการ จะเน้นการจัดการที่เกิดจากการร่วมมือของกลุ่มชาวบ้าน

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2539, น.37-41 อ้างถึงใน ชนิศา ครูจิรานุกวัฒน์, 2552, น.48) ได้กล่าวถึงการเพิ่มคุณค่าและผลกระทบด้านบวกที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวทำให้มาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นดีขึ้น ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการกระจายโอกาสจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากขึ้นทั้งทางตรง เช่น การจ้างงานบุคลากรในโรงแรม การขนส่งบริการนำเที่ยวหรือทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์โรงแรม คนงานทอผ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร เป็นต้น บุคคลเหล่านี้เมื่อมีอาชีพ มีรายได้ ก็ย่อมจะมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นเพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้

2. การท่องเที่ยวนั้นจะทำให้เกิดความสะดวสบายจากกิจการบริการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นจึงย่อมได้รับประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรทัศน์และอื่นๆ ตามไปด้วย โดยมีข้อที่น่าสังเกตว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว กิจการสาธารณูปโภคสาธารณูปการส่วนใหญ่จะพัฒนาขึ้นมาเพื่อคนในท้องถิ่นนั้นเป็นหลักสำคัญ ส่วนนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์จากกิจการในลักษณะผลพลอยได้ แต่สำหรับประเทศที่ยากจน กำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนา อาจมีลักษณะตรงกันข้ามที่หลายแห่งชาวบ้านไม่มีอำนาจทางเศรษฐกิจดีพอที่จะลงทุนในกิจการ สาธารณูปโภคสาธารณูปการ แต่หากมีนักท่องเที่ยวไปเยือนจำนวนมาก ก็จะมีแรงกระตุ้นให้รัฐบาล หรือนักธุรกิจลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ ส่วนคนในท้องถิ่นมีโอกาสได้รับบริการลักษณะของผลพลอยได้

3. การท่องเที่ยวจะทำให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษยชน ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ผู้คนมีโอกาสสร้างสรรค์ กระทำกิจกรรมร่วมกันยอมทำให้ผู้คนที่มาจากสังคมที่แตกต่างกันได้แลกเปลี่ยนความรู้ความคิด ได้เห็นและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตความเป็นอยู่ขนบธรรมเนียม ประเพณีร่วมกัน ต่างฝ่ายต่างจะมีโอกาสถ่ายทอดและรับรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกันและนำกลับไปเผยแพร่ยังภูมิภาคของตนเอง จนทำให้คำกล่าวที่ว่า “การท่องเที่ยวทำให้โลกปราศจากพรมแดนทางการเมือง” เป็นจริง นักท่องเที่ยวที่ได้ไปพบเห็นสภาพแท้จริงก็จะทำให้เกิดความเข้าใจในสถานที่นั้น ได้อย่างถูกต้อง ดังที่สหประชาชาติได้เคยประกาศในปี พ.ศ. 2510 เป็นปีการท่องเที่ยวสากลและกำหนดคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเป็นหนทางไปสู่สันติภาพ”

4. การท่องเที่ยวจะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรนั้นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนในพื้นที่เกิดความต้องการที่จะค้นคว้าอนุรักษ์ ฟื้นฟูมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในสถานที่ที่อยู่และสังคมชุมชนของตนเองไว้ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม คงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวสืบต่อไป เพื่อรักษารายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในทางที่สัมพันธ์กันนั่นเอง นับว่าเป็นการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ได้อีกทางหนึ่ง

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวทำให้ผู้คนที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล ในทางกว้างความรู้และประสบการณ์ที่ได้พบเห็นด้วยตนเองนั้น จะมีประโยชน์สามารถนำมาปรับใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้ ส่วนในทางแคบนั้นการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นการจุดชนวนที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาให้ลึกซึ้ง เฉพาะเรื่อง เฉพาะแห่งได้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เปรียบเสมือนห้องปฏิบัติการตามธรรมชาติและเมื่อมีการพบปะประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการระหว่างนักวิชาการต่างชาติต่างภาษาแล้ว บางครั้งก็เป็น โอกาสที่จะสร้างชื่อเสียง ภาพพจน์ทางวิชาการได้และเรื่องที่ค้นคว้าก็อาจมีประโยชน์ต่อส่วนรวมได้

6. การท่องเที่ยวจะช่วยลดปัญหาการอพยพของประชาชนเข้าสู่เมืองหลวง ทั้งนี้ เนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดอาชีพใหม่และการจ้างงานเพิ่มขึ้นในท้องถิ่นประชาชนจึงไม่ต้องการอพยพหนีความยากจนเข้ามาทำงานในเมืองหลวง สามารถประกอบอาชีพรายย่อยหรือทำอุตสาหกรรมท้องถิ่นอยู่ในครอบครัวไม่ต้องออกจากหมู่บ้านไปหางานที่อื่น

7. การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดมีการใช้ทรัพยากรที่ไร้ค่าให้เกิดประโยชน์ ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือไร้ค่ามาประดิษฐ์คิดค้นเป็นของใช้ ของที่ระลึกในรูปของสินค้าพื้นเมือง จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นการหารายได้เพื่อจุนเจือครอบครัวแล้วยังเป็นการนำเอาทรัพยากรที่เคยถูกทิ้งขว้างให้ไร้ค่ามาทำให้เกิดประโยชน์เพิ่มคุณค่า เช่น เปลือกไม้ ชิ้นส่วนจากเกวียนเก่าและยังเป็นช่องทางให้ไร้ค่าทำให้เกิดประโยชน์เพิ่มคุณค่า เช่น เปลือกไม้ ชิ้นส่วนจากเกวียนเก่าและยังเป็นช่องทาง

ในการพัฒนาคุณภาพของการผลิตสินค้าพื้นเมืองให้ดีขึ้น เช่น การออกแบบให้ทันสมัย ออกแบบหีบห่อให้กะทัดรัด

8. การท่องเที่ยวทำให้เกิดทัศนคติที่ดีทั้งนี้ เนื่องจากความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่นั้นและนึกถึงอยู่ตลอดเวลากลับมาเที่ยวอีกเมื่อมีโอกาสและเมื่อพบช่องทางที่จะให้ความช่วยเหลือ ความประทับใจที่เคยมีมาในอดีต ก็อาจเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านที่เป็นคุณต่อสถานที่นั้นๆ ได้

9. การท่องเที่ยวช่วยลดช่องว่างระหว่างประเทศร่ำรวยกับประเทศยากจนทั้งนี้ เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้คนมั่งมีในเมืองมีโอกาสเดินทางมาสู่ชนบท ทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจและเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ปัญหาความตึงเครียดระหว่างประเทศจึงหมดไป

10. การท่องเที่ยวช่วยในการป้องกันการบ่อนทำลายชาติ ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้สถานที่เปลี่ยว กลายเป็นสถานที่พลุกพล่าน ยากต่อการก่อการร้าย หลบซ่อนทำกิจการผิดกฎหมาย หรือเผยแพร่ลัทธิบ่อนทำลายชาติและการที่ผู้คนมีความเป็นอยู่ที่ดีก็ยากที่ผู้ไม่หวังดีจะยุยงให้เกิดความแตกแยกขึ้นในชาติได้

สรุป กระบวนการศึกษาและการเพิ่มคุณค่าจะต้องกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม เพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งต้องมีการฝึกอบรมบุคลากร โดยจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่น เพื่อให้ได้รับทราบเกี่ยวกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการให้บริการการท่องเที่ยว

2. การจัดการเชิงระบบ (Systematic Management)

การพิจารณาการท่องเที่ยวในเชิงระบบ (System Approach) จะช่วยให้สามารถเข้าใจถึงสภาพความเป็นจริงและการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน การท่องเที่ยวในเชิงระบบจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบดังนี้ (นิวัฒน์ อมาตยกุล, 2549, น.27)

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรนั้นๆ ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย (วรรณ วลัยวัฒน์, 2539, น.58-59)

2.2 บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นสิ่งดึงดูดใจได้

เช่นกัน รวมถึงบริการเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่หรือที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของท้องถิ่น (วารณา วงษ์วานิช, 2539, น.58-59)

2.3 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Market) ประกอบด้วย

2.3.1 อุปสงค์ในการท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการมีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าราคาสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้นด้วย (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2551, น.19)

2.3.2 อุปทานในการท่องเที่ยว (Tourism Supply) หรือการเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่เป็นรูปธรรม นามธรรมหรือสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อุปทานเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (อุบลทิพย์ ตังมั่นภูวคด, 2546 และวัชรภรณ์ รัชชศิริ, 2551, Hwan Suk Chris Choi, 2006, Sheng-Hshivng Tsaur, 2006)

ซึ่งองค์ประกอบทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว ล้วนจัดอยู่ในด้านอุปทานการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังนั้นหากใช้หลักในทางเศรษฐศาสตร์จะสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวในเชิงระบบก็คือ การศึกษาทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย อุปสงค์และอุปทานนั่นเอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554, น.27) ได้กำหนดมาตรฐานสากลของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากลจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย
2. คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ลือชื่อในโลก
3. สิ่งแวดล้อมปลอดภัย
4. มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
5. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวกและบริการที่มีคุณภาพ
6. มีการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันได้ทุกระบบ
7. มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกับทั่วโลกได้ทุกเมืองท่องเที่ยวหลัก

8. คนไทยมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากลและมีส่วนร่วมอย่างสูงสุดในการได้รับสวัสดิการในมาตรฐานเดียวกัน

การตั้งเป้าหมายเช่นนี้ เป็นการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่จะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาตรฐานสากลก็คือ นักท่องเที่ยวไทย เพราะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ

เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันปรากฏว่า แหล่งท่องเที่ยวไทยได้เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว เพราะมีความต้องการมากทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น ใน 5 ปี ข้างหน้า ภารกิจสำคัญก็คือ การรักษามรดกแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ไว้ให้ยั่งยืน สามารถให้ไทยดำรงตำแหน่งเป็นประเทศที่สวยงาม นำท่องเที่ยวอยู่ได้ตลอดไป

ถึงแม้ศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยยังสูง แต่ก็เริ่มมีสัญญาณเตือนว่า ทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติกำลังเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการจัดการที่ดีก็จะไม่สามารถรักษาจุดเด่นของการท่องเที่ยวไทยไว้ได้ ทรัพยากรท่องเที่ยวบางประเภทอาจสูญสิ้นแบบไม่มีวันหวนกลับคืนมาได้ อีก การเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวของไทยจะทำให้คนไทยหันไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเป็นผลเสียต่อดุลบัญชีเดินสะพัด ทำให้ไทยไม่สามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของแผน 5 ปี (พ.ศ. 2555-พ.ศ. 2559)

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า
3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล
5. พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคมและวิถีชีวิตของชุมชน
6. เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ
7. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ
5. บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

โดยมียุทธศาสตร์ ทั้งสิ้น 5 ยุทธศาสตร์ คือ

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
3. การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
4. การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
5. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities)

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่จะนำไปสู่ความสำเร็จใน ส่วนของการมีส่วนร่วมได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม (Participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความ ต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิด ริเริ่ม โครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นแรกของการที่มีคนมารวมกันได้ควรจะต้องมีการ ตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่าน องค์กร (Organization) ดังนั้นองค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (ยุพาพร รูปงาม, 2545, น.5)

เออร์วิน (Erwin, 2009, p.6) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ว่า คือ กระบวนการ ใ้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการพัฒนาร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ไขปัญหาด้วย ตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของบุคคล แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิชาการที่ เหมาะสมและสนับสนุนติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

3.2 แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน

ทฤษฎีสร้างความรู้สึชาตินิยม (Nationalism) ปัจจัยประการหนึ่งที่น่าสู่การมี ส่วนร่วม คือ การสร้างความรู้สึชาตินิยมให้เกิดขึ้น หมายถึง ความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่จะอุทิศ หรือเน้นค่านิยมเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ มีความพอใจในชาติของตัวเอง พอใจ เกียรติภูมิ จงรักภักดี ผูกพันต่อท้องถิ่น (ยุพาพร รูปงาม, 2545, น.8)

ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership) การสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงาน ด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้เพราะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญอง การรวมกลุ่มคน จูงใจไปยังเป้าประสงค์โดยทั่วไปแล้วผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดี เรียกว่า ผู้นำปฏิฐาน (Positive Leader) ผู้นำพลวัต คือ เคลื่อนไหวทำงานอยู่เสมอและผู้นำไม่มีกิจ ไม่มีผลงาน

สร้างสรรค์ ที่เรียกว่า ผลของการให้ทฤษฎีการสร้างผู้นำ จึงทำให้เกิดการระดมความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างมีขวัญกำลังใจ งานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และร่วมรับผิดชอบ ดังนั้น การสร้างผู้นำที่ดียอมจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ด้วยดีนั่นเอง (ยูพาพร รูปงาม, 2545, น.8)

สรุป การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมาย ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนทุกระดับ การสร้างผู้นำและสร้างความรู้สึกรักและผูกพันในชุมชนท้องถิ่นของตนและประเทศชาติ

3.3 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งนอกจากสร้างผลตอบแทนให้ประชาชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ อีกด้วย (Shirley Eber, 1992 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.18-19) (Kim & Pennington-Gary, 2003) การจำแนกประเภทของคนในชุมชนและชี้แจง (Carmin, Darnall & Mil-Homens, 2003; Crosby, Kelly & Schaefer, 1986) ก่อนที่จะขอความคิดเห็น (Crosby, Kelly & Schaefer, 1986) คำถามตามมาก็คือใครบ้างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคนวางแผนและพัฒนาจะใส่ใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร โดยผู้มีส่วนได้เสียประกอบด้วยนักท่องเที่ยวปัจจุบัน นักท่องเที่ยวในอนาคต ชุมชนเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันและชุมชนเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวในอนาคต (Erick T Byrd, 2007, p.6-13)

สิ่งที่ควรพิจารณาอีกประการ คือ การปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องและสาธารณชน (Consulting Stakeholders and the Public) ซึ่งต้องเป็นการปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างรัฐบาล ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับแนวทางให้เป็นทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งด้านผลประโยชน์ (Shirley Eber, 1992 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.18-19) (Kim & Pennington-Gary, 2003)

ตัวอย่างงานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จต้องมีการวางแผนและการจัดการที่ดี (De Olivera, 2003; Inskeep, 1991; Martin, 1995; Southgate Sharpley, 2002; Yuksel and 1999) และองค์ประกอบสู่ความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนช่วยเหลือและประสานความร่วมมือกัน

ระหว่างเอกชนและผู้นำท้องถิ่นและคนในชุมชน (Wilson, Fesenmaier, & Van Es, 2001) ได้แก่ คนในชุมชน เจ้าของธุรกิจ เจ้าหน้าที่รัฐบาลและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน คือ ความวิตกกังวลด้านแหล่งธรรมชาติ การวางแผน ความวิตกกังวลด้านเศรษฐกิจ ความต้องการทางการศึกษาความใส่ใจด้านการท่องเที่ยว (Byrd & Cardenas, 2003, p.77) (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier และ Van Es, 2001, p.101) (Florin & Wandersman, 1990 quoted in Jurowski and Brown, 2001, p.39) อีกทั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรในชุมชนกับความวิตกกังวลเรื่องสิ่งปลูกสร้างในชุมชน (Perkin et al., 1990 quoted in Jurowski and Brown, 2001, p.103)

3.3.1 ขั้นตอนการมีส่วนร่วม แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

นำชัย ทนุผล (2554, น.11) ได้สรุปไว้ ดังนี้

3.3.1.1 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหาและสาเหตุของปัญหาขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าประชาชนไม่มีบทบาทในการระบุปัญหาและความต้องการของเขาแล้ว โครงการต่างๆ ที่ออกมาก็จะไร้ประโยชน์เพราะโครงการที่วางออกมาไม่ได้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน อีกทั้งประชาชนจะมองไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมและการดำเนินกิจกรรมก็จะไม่ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหาด้วยตนเอง โครงการที่วางไว้ก็จะสามารถดำเนินไปสู่จุดมุ่งหมายได้ง่าย เพราะประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นเจ้าของโครงการซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาพวกเขาเองได้

3.3.1.2 การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เมื่อประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมเข้ามามีบทบาทในการระบุปัญหาแล้วขั้นต่อไป คือ การร่วมกันวางแผนโครงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของพวกเขาด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตามนักพัฒนาหรือผู้มีความรู้ในการวางแผน ควรมีส่วนร่วมเข้าไปร่วมในการวางแผนด้วยเพื่อคอยให้คำแนะนำประชาชนในการวางแผนกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา แต่ไม่ใช่ว่านักพัฒนาเหล่านี้จะไปเป็นผู้วางแผนกำหนดแนวทางแก้ปัญหาเพราะผลเสียที่ติดตามมาก็คือประชาชนจะไม่สามารถดำเนินการช่วยเหลือตัวเองได้ในโอกาสต่อไป การที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแรงร่วมใจในการตัดสินใจหาแนวทางแก้ปัญหาและแนวทางดำเนินกิจกรรมนี้จะมีผลทำให้พวกเขาเหล่านี้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) กิจกรรมนั้นและจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมที่วางไว้

3.3.1.3 การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานดังที่กล่าวมาแล้วว่าเมื่อประชาชน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมแล้ว ผลที่ตามมาคือการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่วางไว้ นอกจากนั้นแล้วนักพัฒนาควรกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนในรูปแบบของทรัพยากรธรรมชาติที่ประชาชนในชุมชนที่อยู่ตามกำลังความสามารถของประชาชนแทนที่จะใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยจากภายนอกของชุมชนเสียทั้งหมด การดำเนินกิจกรรมร่วมกันนั้นจะเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนรู้จักการทำงานร่วมกัน

3.3.1.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการมีส่วนร่วมของประชาชน ในขั้นนี้จะทำให้ประชาชนมีการประเมินว่าผลงานที่ตัวเองดำเนินไปนั้นได้รับผลดีหรือได้รับผลประโยชน์มากน้อยเพียงไรและอุปสรรคต่างๆ ที่ได้รับจากการดำเนินการนั้น การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลนี้จะทำให้ประชาชนรู้แจ้งเห็นจริงว่ากิจกรรมที่พวกเขาทำไปนั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร ซึ่งพวกเขาจะนำไปใช้วางแผนทางแก้ไขในโอกาสต่อไปได้

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงการที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์และได้รับประโยชน์จากการจัดการนั้นๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยการเข้ามามีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ขั้นตอนการวางแผนการลงทุนและปฏิบัติตามแผนและการติดตามประเมินผล

3.3.2 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ลักษณะทางสังคมกับผลกระทบที่ชุมชนได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมาส่งผลให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการท่องเที่ยวในบางส่วนเพื่อให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง โดยถือว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นเป้าหมายที่สำคัญ ทิศทางและแนวทางในการมีส่วนร่วมของชุมชนจะต้องเป็นการนำไปสู่ความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนตามกรอบและลักษณะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับแผนและระดับปฏิบัติ

ภราเดช พยัณวิเชียร (2552, น.18) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นจำเป็นที่สุด คือ การสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน เสริมสร้างในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม องค์กรความรู้ต่างๆ เพื่อเป็นการลดช่องว่าง ความอ่อนด้อย ถ้าชุมชนไม่แข็งแรงก็จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างไม่มั่นคงและไม่ก้าวหน้า นอกจากนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวต้องนำรายได้กลับคืนแก่ชุมชนท้องถิ่น ก่อเกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ดำเนินธุรกิจและชุมชนท้องถิ่น จึงจะเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2552, น. 142) ได้เสนอรูปแบบวิธีการและแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. รูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทางวัฒนธรรมต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการชักชวนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รูปแบบนี้รัฐบาลเป็นผู้วางนโยบายและวางแผนโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำโครงการท่องเที่ยวเลย แต่จะถูกชักชวนจากรัฐบาลให้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดรูปแบบได้ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การให้องค์กรชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการเจรจาต่อรองสำหรับวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งรูปแบบนี้รัฐบาลและตัวแทนขององค์กรชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแม้ว่าในความจริง การริเริ่มโครงการท่องเที่ยวจะมาจากรัฐบาลกลางก็ตาม แต่องค์กรชุมชนท้องถิ่นสามารถเข้าร่วมตัดสินใจเจรจาต่อรองผลประโยชน์กับรัฐบาลได้ เพื่อมิให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบนี้ องค์กรชุมชนท้องถิ่นจะต้องมีศักยภาพสูงและมีความตื่นตัวในการรักษาผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นตนเองให้มากที่สุด

รูปแบบที่ 2 การให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง รูปแบบนี้ชุมชนท้องถิ่นจะเป็นผู้จัดการควบคุมและวางแผนพัฒนาการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างสิ้นเชิง นับเป็นรูปแบบของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริงโดยไม่อาศัยความคิดริเริ่มและชักจูงจากบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล ประชาชนหรือองค์กรชุมชนท้องถิ่นสามารถวิเคราะห์และตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนเปิดโอกาสอย่างเต็มที่แก่ชุมชนท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมอย่างสมบูรณ์ แต่ละชุมชนท้องถิ่นต้องมีความพร้อมและประสิทธิภาพสูง

2. วิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการที่ 1 การร่วมประชุมวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการร่วมอภิปรายปัญหาของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนชุมชนท้องถิ่นในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการที่ 2 การให้คำปรึกษาในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการให้ประชาชนในชุมชนหรือในชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการบริหารโครงการท่องเที่ยวเพื่อให้ความมั่นใจว่ามีเสียงของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้และร่วมในการตัดสินใจวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการที่ 3 การสำรวจความคิดเห็นในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นได้มีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นด้านการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

วิธีการที่ 4 การประสานงานร่วมกันในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมตั้งแต่การคัดเลือกตัวแทนกลุ่มเข้าไปร่วมงานบริหารหรือการจัดการหรือร่วมในคณะกรรมการที่ปรึกษาจากฝ่ายประชาชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

วิธีการที่ 5 การไต่สวนสาธารณะในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการไต่สวนข้อมูลจากประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นได้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นก่อนที่รัฐบาลจะตัดสินใจในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

วิธีการที่ 6 การออกเสียงประชามติโดยตรงในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการตอบคำถามรัฐบาลโดยให้ประชาชนทุกคนในสังคมออกความคิดเห็น โดยตรงต่อรัฐบาลและให้ทุกคนในสังคมเป็นผู้ตัดสินใจแทนรัฐบาล ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเริ่มมีได้ตั้งแต่ การให้ข้อมูลของท้องถิ่น การเตรียมการจัดการ การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมในการบริหารและการได้ประโยชน์จากการบริการ โดยชุมชนจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์ซึ่งจะต้องไม่เป็นการเบียดบังทำลายสิ่งแวดล้อม ดังนั้นองค์กรชุมชนจึงมีความสำคัญในกระบวนการมีส่วนร่วม องค์กรของชุมชนอาจเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของประชาชนในชุมชน เป็นองค์กรภายใต้กฎหมายที่กำหนดบทบาทของปัจเจกบุคคล ฉะนั้นจึงควรผลักดันให้องค์กรดังกล่าวเป็นองค์กรของประชาชนที่แท้จริง เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยวดังกล่าว ดังนั้นการมีส่วนร่วมที่ดีต้องให้ความสำคัญแก่กลุ่มบุคคลมากกว่าลักษณะปัจเจกบุคคล รูปแบบของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวอาจมีหลายรูปแบบ เมื่อพิจารณาจากพื้นฐานวัฒนธรรมการปกครองท้องถิ่นขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนไทย รูปแบบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในระดับปฏิบัติการมีรูปแบบเป็นองค์กรกึ่งอิสระไม่เป็นทางการเกินไปไม่อิสระเกินไปโดยมีระบบการได้รับผลประโยชน์ร่วมกันเป็นครรลองผลประโยชน์ต่างๆที่ควรได้รับ อาทิ

1. ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมเกิดแก่คนในชุมชนส่วนใหญ่ให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
2. ผลประโยชน์ทางสังคมคือมีสวัสดิการที่ดี สังคมมีความมั่นคงและสามารถดำรงเอกลักษณ์ทางสังคมของตนไว้ได้

3. ความรู้ความเข้าใจและความตระหนักในความสำคัญของสิ่งแวดล้อมมีความเข้าใจการอนุรักษ์และร่วมมือพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

4. ความภาคภูมิใจ มีความสุขในการเป็นอยู่ มีความร่วมมือในชุมชนเกิดความรักและห่วงแหนพร้อมจะอนุรักษ์หรือพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ อนึ่งหากชุมชนมีส่วนร่วมมากหรือมีอำนาจเพียงพอในการร่วมควบคุมการท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดการพัฒนาคอนเป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถจัดสรรผลประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและเกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การให้ชุมชนมีส่วนร่วมสิ่งสำคัญที่จำเป็น คือ การให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการเพิ่มทักษะในการจัดการและประสานงานกับภายนอกการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นจึงต้องเป็นการมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) ซึ่งหมายถึงการกระจายรายได้การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนมาบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวและท้ายที่สุดชุมชนสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพมีการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน สังคมพัฒนาอย่างเหมาะสม มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยการพัฒนาของชุมชนเอง

สรุป องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในชุมชนต้องมีแผนการจัดการที่ดี โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นและยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ ด้วย

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2550, น.8) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลอง เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยสรุปว่า

การมีส่วนร่วมของชุมชน จากการศึกษา พบว่า ในการพัฒนาชุมชนริมคลองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน ยังจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยพิจารณาได้จากการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเป็นไปในลักษณะผิวเผินไม่ลึกซึ้ง มีการค้าขายผลิตผลทางการเกษตรและการให้บริการอื่นๆ เพียงเล็กน้อย ผลตอบแทนที่ได้คือรายได้ที่ให้กับผู้เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น แม่ค้าคนขับเรือเจ้าของสวนเกษตร เป็นต้น โดยไม่มีการนำเอารายได้จากการท่องเที่ยวไปพัฒนาส่วนอื่นๆ ในชุมชน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีการกำหนดทิศทาง นโยบายหรือแนวทางปฏิบัติร่วมกันของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ลักษณะของการมีส่วนร่วมส่วนใหญ่เป็นไปใน 2 ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ส่วนขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาและการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม ประกอบกับประชาชนในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิธีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากร รวมถึงวิธีการบริหารจัดการ

การกำหนดนโยบายหรือทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ อีกทั้งองค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้กระจายบทบาท อำนาจหน้าที่ให้กับชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการและการพัฒนาการท้องถิ่นอย่างจริงจัง

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา ก็ได้พบว่า ประชาชนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความต้องการในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนริมคลองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ เพราะเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะช่วยทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและชุมชนให้ดีขึ้น

เจมส์ แอล เครทตัน (J.L. Creighton, 2005, p.9) สรุปว่า ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนควรจะอยู่ที่ความต่อเนื่อง ซึ่งมีลักษณะพลวัตร ความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมมี 4 ขั้นตอนซึ่งหมายถึงมีการกระทำต่อๆ กันไป 4 ขั้นตอน คือ 1. การบอกข่าวให้ประชาชนได้ทราบ 2. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน 3. ประชาชนเข้าร่วมในการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหา และ 4. สรุปแนวทางในการแก้ปัญหา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารกิจการสาธารณะที่ผ่านมามีปัญหาที่มีลักษณะ ดังนี้

1. มีแต่คำพูดหรือโครงการหรือข้อกำหนด แต่ไม่มีการมีส่วนร่วมที่เป็นจริงหรือมีน้อยมาก
2. มีการขอให้ประชาชนมีส่วนร่วมนานๆ ครั้ง แต่ไม่ใช่ทุกครั้ง
3. มีการขอให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ไม่มีความสำคัญ ส่วนที่มีความสำคัญกลับไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วม

4. มีการขอให้ประชาชนมีส่วนร่วมในบางขั้นตอนของโครงการ โดยทั่วไปมักจะเป็นตอนท้ายๆ อันเป็นตอนที่ลงมือปฏิบัติงาน ส่วนระยะต้นๆ อันเป็นการตัดสินใจในประเด็นสำคัญ เรื่องงบประมาณและบุคลากรกลับไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม เช่น ไม่มีการขอรับฟังความคิดเห็นในระยะคิดค้นโครงการและตัดสินใจว่าควรทำอะไร ควรทำหรือไม่ โครงการไหนมีความจำเป็นเร่งด่วน ความสำคัญของโครงการอะไรก่อนหลัง ควรกำหนดงบประมาณเท่าใด การแบ่งงาน กำหนดคนทำงานต่อเมื่อแผนงานทุกอย่างกำหนดขึ้นแล้ว จึงมาขอให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม

5. แม้ว่าจะมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมคิดค้นโครงการ กำหนดแผนงานตั้งแต่ระยะต้นๆ แต่กลับคัดเลือกประชาชนบางกลุ่มให้เข้าร่วม บางกลุ่มไม่ได้รับเชิญ การเผยแพร่ข่าวสารหรือการเชิญคนเข้าร่วมมีการเลือกสรรไม่ทั่วถึง ฯลฯ

ในอีกแง่หนึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนเสนอคำถามสำคัญบางประการในเชิงโครงสร้าง กล่าวคือ คนจนซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของสังคมต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อการมีชีวิตรอด ย่อมไม่มีเวลาหรือมีความสนใจมากพอที่จะมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

(ในหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา) เกื้อหนุนระบอบอำนาจนิยมมากกว่าระบอบการปกครองที่ประชาชนมีส่วนร่วมและความสามารถสร้างตัวแบบ (Models) ของการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมสาธารณะจากประสบการณ์ระดับสากล ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ว่ามีขีดความสามารถในการดำเนินการมากน้อยเพียงใด

3.4 แนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ผ่านมาได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยถูกคาดหวังว่าจะเป็นวิธีการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร ในขณะที่เดียวกันก็เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในประเด็นสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งตั้งอยู่บนฐานคิดว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น พงนา สวนศรี (2546, น.92) ได้มีความเห็นว่าเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชน ที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนและมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและการเมือง

ลินธุ์ สโรบล (2546, น.68) ได้เสนอปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นฐานการพัฒนาที่แท้จริง ต้องมาจากชุมชนและประชากรในชุมชนใช้ฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนดังกล่าวนี้ ได้แก่ ทุนทางธรรมชาติ (Natural Resources Capital) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Capital) ทุนทางภูมิปัญญา (Wisdom Capital) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) จะเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นควรนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ดังนั้นควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังนี้

การพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพต้องทำให้วิถีชีวิตมีความเป็นอยู่อย่างอิสระและมีศักดิ์ศรี ขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงการจัดสรรประโยชน์จากทรัพยากรให้เป็นธรรมด้วยการกระจาย

ไปสู่พื้นที่ที่มีความขาดแคลนอย่างทั่วถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นต้อง พัฒนาคุณภาพชีวิต ความภาคภูมิใจในตนเอง การแบ่งบทบาทการทำงานและการเกิดองค์กรชุมชน

ในส่วนของเศรษฐกิจสังคม ชุมชนการเมือง สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การเติบโตจากรากฐาน การเกิดกองทุนในการพัฒนาหมู่บ้าน การสร้างงานที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว การที่ชาวบ้าน มีส่วนร่วม การพิจารณาขีดความสามารถในการรองรับโดยมีการจัดการของเสียและการสร้างสำนัก การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การคำนึงถึงความพร้อมของชุมชนด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การกระจายรายได้และการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องคิดเมื่อ ต้องการจัดการการท่องเที่ยวคือสร้างชุมชนให้มีความภาคภูมิใจในตนเองมีทรัพยากรที่ผลิตได้เอง และมีองค์กรที่เข้มแข็งภายใต้แนวคิดจากระดับล่างขึ้นสู่บน (Bottom Up Community Basis) ไม่ใช่ เกิดจากการสั่งการจากหน่วยงานรัฐ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานรัฐมีหน้าที่สนับสนุนและให้คำแนะนำ โดยเฉพาะด้านการตลาด ทั้งนี้ชุมชนจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับศักยภาพของทรัพยากร กิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะดวกที่ได้มาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและ การป้องกันผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งชุมชนต้องวางแผนการพัฒนาให้ เหมาะสม จัดรูปองค์กรและการบริหารที่ดี ฝึกอบรมบุคลากรให้พร้อมสร้างความเข้าใจกันอย่าง สม่าเสมอมีการดำเนินการภายใต้คณะกรรมการและหาจุดเด่นในท้องถิ่นนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

เดวิด เอ เฟนเนล (David A. Fennell, 1999, p.112) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวแห่ง ภาควิชาบัณฑิตการและการพักผ่อนศึกษา มหาวิทยาลัยบรีค ประเทศแคนาดาได้เสนอแนวคิด เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นให้มากที่สุด ด้วยการใช้นโยบายในชุมชน เท่าที่จำเป็นที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันกับคนในชุมชน เฟนเนล (Fennell) ได้เสนอคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าวว่า จะต้องประกอบไปด้วย 5 ประการ ได้แก่

1. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชนในฐานะเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้น โดยไม่ต้องผ่านนายหน้าใดๆ อันจักเป็นการสร้างรายได้ทางตรงแก่คนในชุมชน
2. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริงไม่ว่าจะเป็นการ สร้างสาธารณูปโภคและการยกระดับความเป็นอยู่ที่ยั่งยืนเพื่อสมาชิกในชุมชน แต่ไม่ใช่ เพื่อนักท่องเที่ยว

3. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน อันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตกเข้ามาสู่ชุมชน

4. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสิ่งแวดล้อมสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

5. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงามระหว่างประเทศทั้งในระดับนานาชาติ นานาภูมิภาคที่ล้วนอยู่ภายใต้ขนานวัฒนธรรม โดยนัยนี้การท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมและไม่มองว่าใครเจริญกว่า หรือใครด้อยกว่า ปัญหาที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการจัดการด้านการตลาด ชุมชนบางแห่งแม้จะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยวไปเยือนน้อยเพราะทำการตลาดไม่ดี

ดร.ชนันท์ เอ็มพันธ์ (2554, น.65) กล่าวว่า การทำตลาดต้องมุ่งประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น คือ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใครและทำอย่างไรจึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเพราะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547, น.39) การพิจารณาทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นเจ้าของแล้วสามารถแยกออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. แหล่งธรรมชาติที่มีความสวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเช่นป่า เขาน้ำตก ถ้ำ ทะเล

2. แหล่งโบราณคดีแหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถานที่สวยงาม พิพิธภัณฑสถาน

3. งานบุญพื้นบ้าน งานประเพณีพื้นเมืองในรอบปี (12 เดือน)

4. ภูมิปัญญาพื้นบ้านวิถีชีวิตพื้นบ้านและการประกอบอาชีพหลักในชุมชนไร่นาสวนเกษตรต่างๆ และฟาร์มเลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ

5. บุคลากรในท้องถิ่นที่มีความสามารถทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวด้านบริการอย่างมีคุณภาพในแต่ละสาขา เช่น บริการนำเที่ยวทางเรือ บริการนำเที่ยวในร้านอาหารและบริการนำเที่ยวในท้องถิ่น (มักคู่เทศก์ท้องถิ่นหรือวิทยากรในท้องถิ่น)

พจนนา สวนศรี (2546, น.14) ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งผู้ที่จะนำแนวความคิดนี้ไปปฏิบัติควรต้องทำความเข้าใจถึงเบื้องหลัง ความคิดหลักการ ความหมายและองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นไม่ได้เป็นเพียงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อถูกผลิตขึ้นแล้วจะหมุนไปตามกลไกการตลาดและอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวหากแต่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการพัฒนาชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดย

การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนั้นได้เสนอหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเป็นการช่วยให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจของตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมของท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

สรุป การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้ทรัพยากรในชุมชนเป็นฐาน ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมและทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.5 การบูรณาการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนใช้วิธีการบูรณาการภายใต้การประสานประโยชน์ของการพัฒนาในด้านต่างๆ เข้าด้วยกันครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจและมิติด้านสังคมและวัฒนธรรม อันเป็นการผสมผสานการพัฒนาในด้านต่างๆ อย่างเป็นองค์รวม สำหรับมิติด้านสิ่งแวดล้อมมุ่งกระตุ้นชาวบ้านในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์และการคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ระบุปัญหาและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเพื่อจำกัดการพัฒนาและดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวโดยพยายามหลีกเลี่ยงการเกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด มิติด้านเศรษฐกิจมุ่งให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวโดยนำฐานทรัพยากรซึ่งเป็นสินทรัพย์ร่วมหรือสมบัติสาธารณะมาเป็นต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้อย่างเสมอภาคและยุติธรรมและที่สำคัญชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชนเห็นพ้องต้องกันที่จะนำฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนโดยมีการประชุมปรึกษาหารือระดมความคิด สร้าง

ฉันทานุมิตีว่าการพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นความต้องการของชาวบ้านส่วนใหญ่อย่างแท้จริง และชาวบ้านเข้าใจตรงกันว่า การท่องเที่ยวเป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน มิใช่มุ่งให้เป็นรายได้หลักของชุมชนแต่อย่างใด ส่วนมิติด้านสังคมและวัฒนธรรมมุ่งใช้กิจกรรมต่างๆ รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม เพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการจัดการในรูปของการตั้งกลุ่มให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำเอกสารเผยแพร่ด้านภูมิปัญญา ทั้งนี้ควรยึดความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ รวมทั้งคำนึงถึงความสามารถในการรองรับทางธรรมชาติและความสามารถในการรองรับทางสังคมวัฒนธรรม อันเป็นทางเลือกใหม่ของการจัดการ การท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง มีการผสมผสานการพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจเข้ากับการพัฒนาด้านสังคมและการคุ้มครองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ สำนักกองทุนทรัพยากรกองทุนการวิจัย (สกว.)

สนธิ์ สโรบล (2546, น.49) ได้สรุป ประสพการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมด้านต่างๆ ไว้ดังนี้

3.5.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอันหลากหลายหลายของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของทรัพยากรอันหลากหลาย ตั้งอยู่บนแนวคิดที่เน้นความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อมอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มต่างๆ ที่มีวิถีชีวิตและประเพณีแตกต่างกันออกไป การเคารพต่อความเชื่อวัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรมของชุมชนท้องถิ่น โดยมีจุดมุ่งหมายให้ชุมชนท้องถิ่นมีสำนึกและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณีของตนสามารถอธิบายให้คนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจว่ามีความสวยงามและมีคุณค่าอย่างไร อันรวมไปถึงพัฒนาการของวัฒนธรรมประเพณี ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

3.5.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการ การพิจารณาในประเด็นที่เน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกัน ซึ่งไม่อาจแบ่งแยกออกจากกันได้ ภายใต้หลักการที่ว่าผู้ที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา นั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นปฏิสัมพันธ์

ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติในลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมทั้งมีความพยายามในการ นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับของธรรมชาติซึ่งแนวทางดังกล่าวจะเป็น การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวออกไปในวงกว้างไม่เพียงแต่ชุมชนเท่านั้น หากรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขึ้นอยู่กับหลักการสำคัญของการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมขบวนการจัดการการท่องเที่ยว ได้ทำ การอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประเพณี ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการกระทำ ของตนอีกด้วย

3.5.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการและกิจกรรมการ พิจารณาในประเด็นนี้ เน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีการ ให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ความประทับใจเพื่อสร้างความตระหนักและปลุกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อ นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมศึกษา ทั้งนี้การท่องเที่ยวอาจสร้างความตระหนักและปลุกจิตสำนึกของชุมชนในฐานะ ภายใต้อิทธิพลของภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องมีการสร้างดุลยภาพระหว่างการผลิตใน ภาคเกษตรกรรมกับการประกอบอาชีพของชาวบ้านที่ผูกโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชนรวมทั้ง การจรรโลงสร้างสรรคความเป็นธรรมภายในสังคมและการรวมตัวกันเพื่อต่อสู้ การเอารัดเอาเปรียบ ของบริษัทนำเที่ยวจากภายนอก การท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจไม่จำกัดอยู่แค่เพียงชุมชนใดชุมชน หนึ่งหรือหมู่บ้านแห่งใดแห่งหนึ่งอย่างโดดๆ แต่อาจมีการรวมตัวกันของชุมชนหลายๆ แห่งสร้าง เครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อให้การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี เป้าหมายในการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งเป็น การเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ความประทับใจสร้างความตระหนักและปลุกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้ง ต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวองค์กรเครือข่ายที่ เกี่ยวข้องในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมเพื่อการจัดทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นและ แหล่งท่องเที่ยว

3.5.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทการมีส่วนร่วมของชุมชนการพิจารณาการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านนี้เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นและหมายความรวมถึง การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน โดยมีจุดหมายปลายทางใน การกลับมาบำรุงดูแลรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ในทางปฏิบัติท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมใน

การควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้อาจเริ่มต้นจากชุมชนระดับรากหญ้า จนถึงองค์การปกครองท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียจึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง

3.5.5 การท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติของการพัฒนาองค์กรชุมชนการพิจารณาในบริบทนี้เป็นความพยายามจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืนซึ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กำลังดำเนินอยู่และกำลังจะดำเนินการต่อไปนั้นเป็นเครื่องมือและกลไกของชุมชนท้องถิ่นในฐานะที่เป็นกระบวนการแสวงหาทางเลือกเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมประเพณีอันหลากหลายของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นความพยายามในการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกใหม่ในการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่นหลากหลายด้านเช่น เศรษฐกิจของชุมชน การจัดการทรัพยากรของชุมชน ทางเลือกในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการสร้างเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างแท้จริงในชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การที่ภาคเอกชนบางแห่งบางจังหวัดได้เข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งเน้นการสร้างรายได้และความเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียวและบางครั้งได้มีผลกระทบต่อการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอันเนื่องจากชุมชนท้องถิ่นขาดอำนาจในการจัดการการท่องเที่ยวของตนจึงมีความจำเป็นที่จะมีการกำหนดบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญร่วมกับชุมชนในการจัดการและหารูปแบบของการท่องเที่ยวในบริบทของชุมชนท้องถิ่นอันจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคมการเมืองและระบบการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้กับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

สรุป การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น มุ่งเน้นที่ตัวชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่โดยไม่ผ่านคนกลางอีกทั้งยังสร้างจิตสำนึกความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเอกลักษณ์การรักษาและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้กับทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นเองด้วย

4. การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Building up Awareness Among the Stakeholders)

องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวง

แผนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมขึ้นในจิตใจ ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น.183)

จิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้จึงต้องให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายได้เกิดการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขึ้น เพื่อใช้เป็นหนทางทำมาหากินของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างถาวร ด้วยการให้ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกระดับและทุกฝ่าย จากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ โจนนัล คอนเนล (Joanne Connell, 2009, p.867) โดยเน้นให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สามารถปลูกจิตสำนึกให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยคำนึงถึงการเติบโตและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลาย ชุมชนแต่ละชุมชนมีบริบทแตกต่างกัน การบริหารจัดการย่อมแตกต่างกัน ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะในส่วนของการอนุรักษ์ชุมชน ดังนี้

4.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ชุมชน การอนุรักษ์ในระยะแรกทำกันในช่วงจำกัด มีการอนุรักษ์เฉพาะสิ่งใดสิ่งหนึ่งขาดการมองเป็นภาพรวม มักเป็นการอนุรักษ์ที่เน้นด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เมื่อถึงยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรม คริสต์ศตวรรษที่ 19 เกิดการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมการผลิต มีผลให้เมืองเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาเทคนิค แนวความคิดในการอนุรักษ์ที่ซับซ้อน มีระบบมากขึ้นและเกิดแนวความคิดการอนุรักษ์ที่เกี่ยวข้องกับการวางผังเมือง เนื่องจากสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และได้รับการอนุรักษ์ มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับเมืองและเป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมือง ดังนั้นการอนุรักษ์ จึงเป็นการมองภาพรวมในลักษณะการอนุรักษ์ทั้งเมือง โดยเน้นการสงวนรักษา ปรับปรุงให้คงสภาพเดิมและให้พื้นที่หรือบริเวณที่ทำการอนุรักษ์มีชีวิตชีวาอยู่ได้โดยไม่กระทบหรือขัดกับสภาพทางสังคม เศรษฐกิจที่ดำเนินไปในปัจจุบัน

แนวคิดในการกำหนดแนวทางในการอนุรักษ์นั้น วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ (2546, น.38) ศึกษาแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมคลองอัมพวาว่าเมืองคัมภีร์สำคัญที่ต้องพิจารณาประกอบด้วย

4.1.1.1 องค์ประกอบทางกายภาพที่เหมาะสม ได้แก่ การอนุรักษ์พื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และคุณค่าของชุมชน การควบคุมการพัฒนาที่เหมาะสมและการปรับปรุงหรือฟื้นฟูบริเวณที่เสื่อมโทรมให้กลับคืนสภาพที่ดี

4.1.1.2 องค์ประกอบทางเศรษฐกิจที่เหมาะสม ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวฐานชุมชนตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการกระจายรายได้ในชุมชน

4.1.1.3 องค์ประกอบทางสังคม วัฒนธรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและประเพณีที่ดีงาม การฟื้นฟูวิถีชีวิตและประเพณีที่ดีงามแต่สูญหายหรือเสื่อมไป โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับแม่น้ำ คู คลองให้กลับคืนมารวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจและจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมแก่ทุกคนในชุมชน

4.1.1.4 องค์ประกอบทางการเมืองการปกครองที่เหมาะสม ได้แก่ การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการอนุรักษ์และพัฒนา และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย

โดยหลักทั่วไปของการอนุรักษ์ คือ การป้องกันมิให้เกิดการเสื่อมสภาพและยึดอายุการใช้งานให้ได้มากที่สุด เพื่อให้สิ่งเหล่านั้นแสดงออกถึงสาระหรือความสำคัญเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของมนุษย์ ซึ่งการอนุรักษ์ตามความหมายที่ เบอร์นาร์ท เอ็ม ฟิลด์เดน (Bernard M. Feilden, 1994, p.171) ให้ความหมายไว้ว่า “การกระทำใดใดเพื่อป้องกันการเสื่อมลงและรวมถึงการยึดอายุของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงต่อผู้คนถึงความมหัศจรรย์ในงานศิลปะและศิลปหัตถกรรมของมนุษย์ที่มีอยู่ในสิ่งเหล่านั้น”

การอนุรักษ์ชุมชน จึงรวมหมายถึงการอนุรักษ์พื้นที่ที่มีความหมายและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ การอยู่อาศัย ประเพณีวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีสิ่งซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาของคนในชุมชนนั้นๆ ให้มีชีวิตอยู่ได้ กระบวนการอนุรักษ์จะต้องมีความสัมพันธ์กับชีวิตในสังคมให้ดำเนินไปด้วยกันทั้ง 2 ปัจจัยอย่างสอดคล้องกัน จึงจะทำให้พื้นที่เหล่านั้นมีคุณค่าและเกิดความหมาย (Sense of Place) ขึ้นได้ ซึ่งตรงกับความหมายของคำว่า “ย่านประวัติศาสตร์ชนบท (Rural District)” คือ พื้นที่ชนบทที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งรูปแบบทางประวัติศาสตร์ของการดำเนินชีวิตในชนบท ประกอบด้วย บ้านเรือนในท้องถิ่น รูปแบบของพื้นที่ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรือกิจกรรม

อัลโด รอสซี (Aldo Rossi, 2003, p.18) ได้อธิบายแนวคิดในการอนุรักษ์ย่านประวัติศาสตร์ไว้ว่า การอนุรักษ์และฟื้นฟู จำเป็นต้องมองภาพในลักษณะขององค์รวมซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาของคนในชุมชนนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้าง บริเวณหรือสถานที่ที่คนในชุมชนนั้น สามารถสัมผัสได้และเป็นที่

ยอมรับของคนทั้งในและนอกชุมชน เกิดเป็นภาพที่มีความหมายในสิ่งก่อสร้างนั้นจะรวมหมายถึงบริบทของสิ่งก่อสร้างด้วย ที่คนในชุมชนร่วมกันทำให้เกิดความหมายขึ้นมา ภาพในที่นี้สามารถเห็นได้โดยไม่ต้องอาศัยคำอธิบาย

2. องค์ประกอบส่วนที่อยู่ภายในเป็นคุณค่าที่มองไม่เห็นด้วยตาที่ เบอ์นาร์ท เอ็มฟิลเดน เรียกว่า คุณค่าทางด้านอารมณ์ความรู้สึก เกิดจากวิถีชีวิตของคนในชุมชน ผ่านกาลเวลาที่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ปฏิบัติกันมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งชุมชน เกิดการซ้อนทับของความหมายของพื้นที่ในมิติต่างๆ ของชุมชนจนเกิดเป็นภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของชุมชนเป็นที่ยอมรับของคนในและนอกชุมชน ซึ่งคนในชุมชนจะมีความรู้สึกผูกพันกับความหมายของคุณค่าต่างๆ ภาพลักษณ์นี้ คนในชุมชนถือว่าเป็นกลไกที่ทำให้เกิดความหมายและเรื่องราวต่างๆ ดำเนินอย่างต่อเนื่อง

หลักการทั่วไปของการอนุรักษ์ชุมชน จึงเป็นการอนุรักษ์ที่คำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่ประกอบกัน จนกลายเป็นชุมชนไม่จำกัดเฉพาะกายภาพของชุมชนเท่านั้น ปิ่นรัชฎ์ กาญจนรัชติ (2540, น.17) ได้กล่าวว่า “การอนุรักษ์ชุมชนต้องมีการคำนึงถึงชุมชนและเมืองโดยรวม ซึ่งจะต้องมีสภาพน่าอยู่ และมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่อาศัยอยู่กับโลกแวดล้อมที่ผู้คนได้สร้างขึ้น นับได้ว่าเป็นแนวความคิดที่เปลี่ยนไปจากเดิม” สอดคล้องกับความคิดของ ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม (2540, น.143) ที่ว่า “การปรับตัวเข้าสู่สมัยใหม่ (Modernization) คือ การปรับเปลี่ยนเอาสิ่งที่คืออยู่แล้วในอดีต มาผสมผสานเข้ากับสิ่งที่เหมาะสมที่เลือกเฟ้นจากภายนอก เพื่อปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกนั่นเอง” และชุมชนในความหมายของ ดารณี ถวิลพิพัฒนกุล (2539, น.98) กล่าวว่า ชุมชนไม่ได้หมายถึงกายภาพเท่านั้น แต่เป็นการผสมผสานของ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographic Area) การปะทะสัมพันธ์กันทางสังคม (Social Interaction) และความผูกพันร่วมกัน (Common Ties)

4.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณค่าและเอกลักษณ์ของชุมชน คุณค่าของสิ่งที่ควรอนุรักษ์เกิดจากความมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษเฉพาะในการสร้างจิตวิญญาณแห่งสถานที่ (Spirit of Place) โดยตั้งอยู่บนแนวคิดลักษณะของเมือง (Character of Town) ที่เป็นการศึกษาสิ่งที่เป็นคุณค่าในระดับเมืองและระดับความเป็นย่านของชุมชนทั้งในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ทางรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งองค์ประกอบในด้านต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นเมืองนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เมือง มีลักษณะพิเศษแตกต่างกันออกไปจากพื้นที่อื่นๆ

4.1.2.1 เอกลักษณ์ (Uniqueness) คุณลักษณะ (Character) และลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ (Identity)

เกรแฮมและแฮร์รี แอล (Garnham, Harry L., 1985, p.1-7) กล่าวว่าแนวความคิดของความมีเอกลักษณ์ นั้นยากที่จะอธิบายได้ชัดเจน หรือระบุตรงๆ สถานที่อันน่าจะจดจำนั้น มีเอกลักษณ์หรือจิตวิญญาณ แห่งสถานที่แต่ละที่ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะที่น่าจะสร้างจิตวิญญาณแห่งสถานที่ สำคัญการเป็นส่วนหนึ่งและการอยู่ในผู้คนนั้นตั้งอยู่บนรากฐานของ

1. มุมมองของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในที่ตั้ง เช่น รูปแบบที่ดิน ภูมิประเทศ พรรณพืช ภูมิอากาศและแหล่งน้ำ

2. ลักษณะทางวัฒนธรรม เช่น สะพาน ป้อมหรือโบสถ์บนยอดเนินอันตอบสนองต่อภูมิทัศน์ ประวัติศาสตร์ สังคม ท่าเลทางกายภาพ กิจกรรมของมนุษย์และสถานที่ที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม

3. ประสบการณ์ในความรู้สึก ซึ่งการมองเห็นในอันดับแรก เป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ของวัฒนธรรมทางภูมิทัศน์เดิม การปะทะสัมพันธ์ของส่วนผสมทั้งหมด ซึ่งสร้างคุณสมบัติของสถานที่ มักไม่เป็นที่เข้าใจของคนในพื้นที่จนกว่าจะเสียไป

สถานที่อันพิเศษหลายแห่งได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากผลผลิตของกิจกรรม เช่น การกลายเป็นพื้นที่อุตสาหกรรม การกึ่งกำไรหรือสังหาริมทรัพย์ การขยายการขนส่ง การเติบโตของเมือง การเพิ่มขึ้นของประชากรและการท่องเที่ยว ความเปลี่ยนแปลงนี้ ได้เปลี่ยนจินตภาพ คุณลักษณะและแม้แต่ความหมายต่อคุณลักษณะแห่งสถานที่นั้น ได้ถูกทำลายไป ขณะที่การเปลี่ยนแปลงหลายอย่างเป็นด้านบวก เช่นว่า ต้องมีการฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจ ก็มักจะต้องมีข้อเสียต่อคุณลักษณะเดิมของสถานที่อันเคยมีปรากฏอยู่

แนวความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองนี้ มีรากฐานบนความเชื่อที่ว่า เมืองแต่ละเมืองต้องมีความเฉพาะตัวทั้งด้านเอกลักษณ์ คุณลักษณะ ลักษณะเฉพาะและจิตวิญญาณแตกต่างจากที่อื่น ซึ่งมีคุณค่าและความหมายต่อผู้คนในเมือง ซึ่งหากขาดไปก็จะลดคุณภาพชีวิตลง

องค์ประกอบหลักของคุณลักษณะเฉพาะหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อัตลักษณ์

เกรแฮมและแฮร์รี แอล ระบุว่าลักษณะเฉพาะจะประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ คือ

1. ลักษณะทางกายภาพและรูปลักษณ์ โครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ ลักษณะจริงของอาคาร ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศและคุณลักษณะของสุนทรียภาพ

2. กิจกรรมและหน้าที่ซึ่งสังเกตได้ ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์ต่อพื้นที่อย่างไร สถาบันทางวัฒนธรรมมีผลอย่างไรและอาคารกับภูมิทัศน์ถูกใช้งานอย่างไร

3. การสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นแง่ที่ซับซ้อนกว่า เริ่มแรกด้วยผลจากความมุ่งหมายและประสบการณ์ของมนุษย์ คุณลักษณะของสถานที่ที่มีจำนวนมากที่สืบเนื่องจากการที่ประชากรตอบสนองต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่ใช้สอย

การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบชั้นแรกนี้เองที่ได้สร้างสรรค์จิตวิญญาณแห่งสถานที่และปฏิสัมพันธ์นี้เองที่ต้องทำความเข้าใจ เพื่อบรรลุความสำเร็จที่จะดำเนินการอนุรักษ์และฟื้นฟูกิจกรรมในสภาพแวดล้อมของเมืองเล็ก

4.2 แนวความคิดเกี่ยวกับมาตรการและแรงจูงใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมรดกทางวัฒนธรรม

วิลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2543, น.23) ได้สรุป แนวคิดเกี่ยวกับมาตรการและแรงจูงใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมรดกทางวัฒนธรรมไว้ ดังนี้

กองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม ได้จัดการสัมมนาระดมสมองของผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดแนวทางการสร้างมาตรการและแรงจูงใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการดูแลรักษาอาคารและบริเวณที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ มีเครื่องมือและกลยุทธ์ในการดูแล 2 ประการ ได้แก่ การใช้กลไกการควบคุมและการสร้างแรงจูงใจ

สำหรับมาตรการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม โดยการสร้างแรงจูงใจประกอบด้วย 5 มาตรการดังนี้

4.2.1 มาตรการทางการเงิน (Financial Instruments) มาตรการทางการเงิน หมายถึง แรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่หน่วยงานภาครัฐระดับชาติ ระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่น นำมาใช้เป็นการสร้างแรงจูงใจแก่เจ้าของอาคารในการเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ในรูปแบบต่างๆ คือ 1. เงินช่วยเหลือและเงินให้ยืม 2. ระบบภาษี 3. การโอนสิทธิ์ในการพัฒนาที่ดินและอาคาร

4.2.2 การยกย่องและการให้รางวัล แรงจูงใจในลักษณะนี้ โดยทั่วไปแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การให้รางวัลยกย่องตัวบุคคล คือ การยกย่องหรือแสดงการยอมรับผู้เชี่ยวชาญหรือประชาชนในพื้นที่ ซึ่งดำเนินกิจกรรมในการอนุรักษ์และพัฒนาอาคารเก่าหรือบริเวณซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อเป็นแบบอย่างแก่บุคคลหรือชุมชนอื่น และการให้รางวัลสถานที่ ซึ่งหมายถึงการแสดงการยอมรับและประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้

4.2.3 การฝึกอบรม (Training Program) การให้การฝึกอบรมและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ถือเป็นมาตรการสร้างแรงจูงใจที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับมากอีกมาตรการหนึ่งเนื่องจากมาตรการนี้เป็นกิจกรรมที่จะส่งผลทางเศรษฐกิจต่อชุมชนและท้องถิ่นโดยตรงในลักษณะการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น การให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค ความรู้ ความเชี่ยวชาญตลอดจนทักษะเฉพาะด้านให้แก่กลุ่มคนจะทำให้กิจกรรมการอนุรักษ์ที่ต้องการความช่วยเหลือเฉพาะด้านเกิดขึ้นได้จริง สามารถลบล้างแนวความคิดที่ว่า “งานด้านการอนุรักษ์มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงเกินไป” หรือ

“ในปัจจุบันจะหาคนทำงานด้านนี้ได้ไม่น้อยเต็มที่” ซึ่งบ่อยครั้งเป็นสาเหตุให้ไม่สามารถผลักดันด้านการอนุรักษ์ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมได้

4.2.4 การส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์และให้การศึกษาแก่ชุมชน (Promotion and Public Education) มีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างความสนใจและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดเรื่องการอนุรักษ์มากกว่าการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์โดยตรง แรงจูงใจประเภทนี้จัดเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการสร้างพื้นฐานและทัศนคติตลอดจนมุมมองที่ด้านการอนุรักษ์ให้แก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

4.2.4.1 การทำป้ายอนุสรณ์ (Commemoration) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลจำเพาะพื้นฐานเกี่ยวกับสถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการให้ความสำคัญแสดงการระลึกถึงสถานที่ รวมทั้งเป็นการให้ข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้มาเยือนด้วย

4.2.4.2 การนำเสนอและการแปลความหมาย (Presentation and Interpretation) เทคนิคนี้นิยมนำมาใช้กับอาคารทั่วไป ที่ไม่มีความโดดเด่นมากแต่ก็จัดอยู่ในเขตที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ เพื่อดึงความสนใจของผู้คนโดยการนำเสนอวิวัฒนาการ ความเป็นมา ความสำคัญในอดีตและการใช้งานในปัจจุบัน รวมทั้งระบุถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล

4.2.4.3 การให้การศึกษาแก่ชุมชน (Public Education) จัดเป็นแนวทางที่จะทำให้กระบวนการอนุรักษ์บรรลุผลสำเร็จในระยะยาว เนื่องจากหากชุมชนมีประชาชนหรือกลุ่มบุคคลที่สนใจและมีความตั้งใจจริงที่จะดำเนินการอนุรักษ์ เมื่อมีการริเริ่มโครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ชุมชนที่เข้มแข็งจะมีความตั้งใจและมุ่งมั่นให้โครงการนั้นๆ เกิดผลในทางปฏิบัติได้จริง

บริทจิต เบเยอร์และปีเตอร์ เกชเชียร์ (Birgit Meyer & Peter Geschiere, 2002, p.17-18) เห็นว่ากระแสโลกาภิวัตน์ มีชีวิตการที่ทำให้โลกทั้งโลกเหมือนกันทุกด้าน แต่ตรงกันข้าม มันได้กระตุ้นให้ท้องถิ่นหลายแห่งเกิดความตระหนักเห็นคุณค่าของตนเองหรือหวังไยว่าลักษณะต่างๆ ของท้องถิ่นจะสูญหายไป มีคนเรียกการรื้อฟื้นให้ความสำคัญต่อท้องถิ่นว่าเป็นกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งสนับสนุนให้วัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ ดำรงอยู่และมีความแตกต่างกันชัดเจนมากขึ้น หลายรัฐหันไปพูดถึงคนพื้นเมือง คนท้องถิ่นและคนที่อพยพเข้าไปทีหลัง ตลอดจนการจัดระบบผู้แทนในสถาบันยุติธรรมเชื้อชาติและชนเผ่าที่แตกต่างกัน นอกจากนี้กระแสโลกาภิวัตน์ยังมีกลไกการสื่อสารและเผยแพร่เสียงและภาพอันทึบสมัยที่สนับสนุนการเผยแพร่การเสริมสร้างอัตลักษณ์ เช่น เทปเสียง วิดิทัศน์ อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้นักท่องเที่ยวในประเทศที่พัฒนาแล้วยังสนใจที่จะไปเที่ยวชมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่แปลกใหม่ในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเท่ากับส่งเสริมการรักษาหรือพยายามรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่วนหนึ่งในนั้นก็คือ การส่งเสริมหรือรื้อฟื้นสำนึกท้องถิ่นขึ้นมา

ในทางกลับกันเมื่อปัจจัยที่กล่าวมามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมท้องถิ่นนิยม การขาดปัจจัยเหล่านั้นก็ย่อมมีผลทำให้เกิดการทำลายท้องถิ่นนิยมเช่นกัน ปัจจัยเหล่านี้คือ

1. ขาดการให้การศึกษอบรมเพื่อให้เกิดสำนึกท้องถิ่น
2. ระบบการรวมศูนย์อำนาจ
3. ไม่มีระบบการปกครองตนเองในท้องถิ่นหรือมีแต่เป็นระบบที่ด้อยประสิทธิภาพ
4. วัฒนธรรมอำนาจนิยม
5. ไม่มีการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจการสาธารณะ
6. กระแสโลกาภิวัตน์

ในประเด็นนี้ นักวิชาการโต้แย้งกันอย่างกว้างขวาง เนื่องจากมีผู้เสนอว่ากระแสโลกาภิวัตน์ต้องการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในระบบเศรษฐกิจเสรี ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การเงิน การสื่อสาร การบริโภคและเศรษฐกิจภาคบริการ ยิ่งเหมือนกันในระดับโลก ต้นทุนการผลิตก็ลดลง วัฒนธรรมการผลิตก็สูงขึ้น ผลักดันให้เกิดอุปสงค์ที่มากกว่าเดิม การผลิตก็เพิ่มขึ้น ถ้าไรก็มีมากขึ้น ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทุกๆ ด้าน นอกจากจะมีผลดีในระยะยาวต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเสรีและรับใช้เป้าหมายของระบบ (คือ การสร้างกำไรสูงสุด) ยังส่งผลสำคัญต่อระบบสังคมและวัฒนธรรมของโลกแทบทุกภาคส่วนคือ การทำลายความเป็นท้องถิ่น อัตลักษณ์ท้องถิ่น และท้องถิ่นนิยมและเกิดแนวคิดใหม่ คือโลกาภิวัตน์ ซึ่งเห็นว่าโลกนี้มีพลังมาก มีความสำคัญและมีบทบาทสูง ท้องถิ่นควรปรับตัวตามโลก ตามปัจจัยภายนอก เลิกให้ความสนใจต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น และปัจจัยในท้องถิ่น

สรุป การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องมีการปลูกฝังจิตสำนึกการอนุรักษ์ การรักถิ่นฐานบ้านเกิดและสิ่งแวดล้อมในภาพรวม ต้องมีการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้ ผลตอบแทน การตระหนักถึงเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่นและชุมชน นอกจากนี้ ควรมีการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจในบริบทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึกที่เหมาะสม

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Factors Concerning the Service)

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัว ดังนี้ คือ 1. สิ่งดึงดูดใจ 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. การเข้าถึง 4. การต้อนรับ (บุญเลิศ เปเร้ว, 2553, น.137)

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอาจจัดได้เป็นด้านอุปทานในการท่องเที่ยว (Tourism Supply) หรือการเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวซึ่งหมายถึง สินค้าและบริการ

ทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดให้เป็นให้มี เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นรูปธรรม นามธรรมหรือสิ่งที่มีอยู่เป็นอยู่ตามธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น คัดค้านขึ้น

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวหรืออุปทานเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หากแต่สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นได้ การขายสินค้าทางการท่องเที่ยวจึงเป็นการขายความคาดหวังที่จะได้รับความรู้สึกทางใจเมื่อได้บริโภคสินค้าแล้ว ทำให้ผู้ซื้อที่มีความยากลำบากในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นผู้เป็นเจ้าของสินค้าทางการท่องเที่ยวจึงต้องพยายามควบคุมสินค้าทางการท่องเที่ยวและราคาให้เป็นไปตามคุณภาพของสินค้า อีกทั้งต้องตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญด้วย นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องทำอีกประการหนึ่ง คือการรักษาคุณภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเป็นหลักประกันทางด้านคุณภาพอีกด้วย

สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือต้องทำให้ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว สามารถติดต่อและเข้าถึงแหล่งที่ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวได้สะดวกด้วยการใช้แรงจูงใจต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว เกิดความต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ได้จากเสียง ภาพ สี สันและการเคลื่อนไหวช่วยทำให้ผู้ซื้อสามารถจินตนาการสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากขึ้น หากแต่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง การใช้กลยุทธ์การลดราคาค่าบริการการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดให้มีผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว มาใช้บริการมากขึ้น ไม่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรายการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยได้ (ทนายท กิตติกุล, 2540)

เนื่องจากการศึกษานี้เน้นไปที่ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนั้น ในส่วนของอุปทานการท่องเที่ยว จะลงรายละเอียดไปเฉพาะอุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว โดยจะไม่กล่าวถึงอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ

การที่จะเข้าใจอุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น จะต้องการศึกษาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวมเสียก่อน โดยจะลงลึกไปที่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นวัดตามขอบเขตของงานวิจัยนี้ต่อไป

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวหรืออุปทาน เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การเข้าถึง (Accessibility) การต้อนรับ (Hospitality) (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2538 อ้างถึงใน ชนิศา ครุจิรานวัฒน์, 2552, น.43) (Mill, 1990, p.22 อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ ทัพยมหิงษ์, 2544, น.18-19)

ปัจจัยต่างๆ ข้างต้นจัดอยู่ในองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วยซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้มาท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในเรื่องปัจจัยเหล่านี้ อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความประทับใจและความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในโอกาสต่อไป โดยเฉพาะในประเด็นการต้อนรับของเจ้าของบ้านในแหล่งท่องเที่ยว นับว่ามีส่วนสำคัญมากในการเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ ซึ่งปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

สิ่งที่ดึงดูดใจ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมา ความสามารถในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวโดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เช่น วัด เป็นสิ่งสำคัญมากในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม แต่ละคนหรือแต่ละเชื้อชาติและการจะทำให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมความอย่างยั่งยืน มีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงควรพิจารณาถึงหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน มิล (Mill, 1990, p.22 อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์, 2554, น.18-19) ได้สรุปเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจ โดยพิจารณาจากประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.1 การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using Resource Sustainable) เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างพอดีเท่าที่จำเป็นและประหยัด เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรรวมถึงสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ในระยะยาว เชียร์รี่ เอเบอร์ (Shirley Eber, 1992 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, 18-19) และจากการศึกษาของ จัสติน คัวร์โต (Justin Curto, 2006, p.119) เกี่ยวกับการรับรู้ของคนในชุมชนต่อการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา Mountain Tourism Destination พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบวางแผนขนาดใหญ่ไม่เหมาะสม ควรเป็นการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลางเท่านั้น

1.2 การลดการบริโภคและของเสียที่เกินความจำเป็น (Reducing Over Consumption and Waste) เป็นการลดการบริโภคที่มากเกินความจำเป็น และการลดของเสียเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการกำจัดขยะมูลฝอย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญในระดับ สำคัญมากที่สุดและปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบโดยตรง คือ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ (บุญเลิศ เปเรร์รา, 2553, น.5)

1.3 การรักษาความหลากหลาย (Maintaining Diversity) เป็นการรักษาความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

ตัวอย่างงานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาผ่านประเด็นความวิตกกังวลด้านแหล่งธรรมชาติและความสำเร็จด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน วิลสัน เฟเซนไมเออร์และแวน (Wilson Fesenmaier and Van, 2001, p.214) ได้สรุปผลการศึกษายืนยันแนวคิดที่ว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรในชุมชนกับความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตของตน นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาที่สอดคล้องกันในประเด็นความวิตกกังวลด้านแหล่งธรรมชาติ ความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรในชุมชนกับความวิตกกังวลเรื่องสิ่งปลูกสร้างในชุมชนและเนื่องจากประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นผู้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยว ผลจากงานวิจัย ของจัสติน ยังพบอีกว่า ด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยหลักคือ ความวิตกกังวลเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักใหม่ 79% ประชาชนมีความกังวลเรื่องสัดส่วนอัตราของการพัฒนาสิ่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าการขยายตัวของการท่องเที่ยว ความขาดแคลนด้านที่พักอาศัยของคนในชุมชนส่งผลกระทบต่อประชาชนที่ตั้งหลักแหล่งอยู่ในชุมชนนั้นๆ เป็นเวลานาน

ตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทย เรื่อง การศึกษาวัฒนธรรมชุมชนในฐานะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐและนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ชาวบ้านปราสาทมีวัฒนธรรมดั้งเดิมซึ่งปรากฏตามหลักฐานทางโบราณคดีเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักที่ทำให้บ้านปราสาทมีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำหน้าที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวที่บ้านปราสาท รวมทั้งเป็นสัญลักษณ์สะท้อนให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าใจวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทในอดีตและมีวัฒนธรรมปัจจุบัน คือ วัฒนธรรมด้านการผลิตและความเชื่อของการอยู่ร่วมกัน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมรองรับทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เห็นว่าบ้านปราสาทมีหลุมขุดค้นทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่สุด การพัฒนาการท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทต้องอาศัยพื้นฐานวัฒนธรรมเป็นหลัก ดังนั้นชาวบ้านควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของชุมชน โดยเน้นให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน (สุชาดา นิ่มหิรัญวงษ์, 2544, น.198)

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

อรทัย เสียงเสนาะ (2552, น.97) ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ดังนี้ สิ่งทีอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับการประกอบการทางธุรกิจ โดยมีการบริการของรัฐอยู่ในบางส่วน ดังนี้

2.1 ที่พัก ซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราว มีโรงแรม รีสอร์ทระดับต่างๆ ให้เลือก โดยมีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพความสะดวกและมีบริการตามมาตรฐานสากล

จากข้อมูลสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Travel Industry Association) รายงานว่าค่าใช้จ่ายอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันคือค่าอาหารและอันดับสองคือค่าใช้จ่ายที่พัก (American Demographics, 2000, p.22-23)

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพและมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (American Demographics, 2000, p.22-23) และจากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในด้านภัตตาคารร้านอาหารประเด็นคุณภาพและรสชาติของอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญในระดับ สำคัญมากที่สุด

2.3 สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งมีการส่งเสริมให้ใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม อาจถือได้ว่าเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ด้วยเช่นกัน (Ricard Rigall-I-Torrent, 2008, p.883-897)

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าประเด็นคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้า ร้านค้ากับการตกแต่งและพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญในระดับ สำคัญมาก (บุญเลิศ เปเร่รา, 2553, น.4)

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์และระบบการสื่อสารต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา สถานบริการ เช่น ร้านขายของใช้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด ร้านแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

2.5 การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

เนื่องจาก พบว่า จากงานวิจัยจริง กับทฤษฎีในเรื่องการเตรียมตัวเดินทางของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ไม่สมบูรณ์ สิ่งที่ขาดคือ สื่อบุคคล สื่อแผ่นพับ สื่อจากบริษัทท่องเที่ยว สื่อจากกิจการโดยตรง เช่นร้านอาหาร โรงแรม เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2553 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีภูมิลำเนาอยู่ในยุโรปเป็นส่วนใหญ่ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีสำนักงานอยู่ที่ยุโรปถึง 4 แห่ง ซึ่งมากกว่าที่อื่นๆ ทำให้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึงมากกว่า ชาวยุโรปได้รับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากสื่อบุคคล เช่น เพื่อนญาติพี่น้องมากกว่าสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การเปิดรับข่าวสารกลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต โดยสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติพี่น้อง รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนีย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และนักท่องเที่ยวกลุ่มอเมริกาเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโอเชียเนียตามลำดับ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นแพส่วนตัวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าเดินทางมาเป็นหมู่คณะ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะจะเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวอเมริกามีความเห็นว่างานโรงแรมและร้านอาหาร ภัตตาคารเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ (ตรัยสุดา เลียงไพศาล, 2543, น.19)

3. การเข้าถึง (Accessibility)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน (Infra-structures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น การขนส่ง (Transportation) ซึ่งจัดเป็นองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีผลต่อการทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องมีความสะดวก มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม คิมและเพนนิ่งตัน เกรย์ (Kim and Pennington Gary, p.96) ซึ่งประกอบด้วย

3.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงแหล่งผลิต การคมนาคมขนส่งจากต่างประเทศและภายในประเทศจึงต้องสะดวก สามารถเชื่อมโยงถึงกันระหว่างพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียงได้และต้องรวดเร็วปลอดภัยทั้ง 3 ทาง ได้แก่

3.1.1 ทางบก มีถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารหรือมีบริการรถไฟและพาหนะต่างๆ สามารถเดินทางผ่าน เข้าออกได้สะดวก รวมไปถึงไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐาน

3.1.2 ทางน้ำ มีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สะดวกและปลอดภัย

3.1.3 ทางอากาศ มีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินหลายสาย

3.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายระเบียบพิธีการเข้าเมือง ให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการจัดส่งนักท่องเที่ยวไปยังที่พัก

ต้องมีระบบการจัดการที่ดีโดยยึดหลักเกณฑ์ 3 ประการ คือ สามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สภาพยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความปลอดภัย ระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางต้องมีความชัดเจนปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อยและการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น

4. การต้อนรับ (Hospitality)

การต้อนรับจัดเป็นอีกองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีผลต่อการทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอีก ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรม ได้แก่ อธิษาศัยไมตรีอันดีของผู้คนท้องถิ่นของแต่ละสถานที่รวมทั้งเจ้าของธุรกิจและพนักงาน การต้อนรับของเจ้าของบ้านเจ้าถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว นับว่ามีส่วนสำคัญมากในการเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประกอบด้วย อรวรรณ สันติภาพ (2550, น.49) ได้เสนอว่า การต้อนรับเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์โดยตรงเนื่องจากเป็นผู้ที่ถูกฝึกฝนมาโดยเฉพาะ ซึ่งมีหน้าที่หลักดังนี้

4.1 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่เชี่ยวชาญ คอยอำนวยความสะดวกและให้บริการแนะนำการท่องเที่ยวต่างๆ

โดยมีการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในด้านบริษัทนำเที่ยวด้านมัคคุเทศก์และพนักงานรายการนำเที่ยวน่าสนใจและมีความหลากหลายของรายการนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” และบริษัทนำเที่ยวด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญในระดับ สำคัญมากที่สุด (บุญเลิศ เปเรร์รา, 2553, น.5)

4.2 ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและได้รับการฝึกฝนมาอย่างเพียงพอมี อัยยาศัยไมตรีและมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวที่ อีวานน่า โลการ์ (Ivana Logar, 2010, p.125-135)

ตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทย ในการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว สหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยในระดับสำคัญมากต่ออัยยาศัยไมตรีของประชาชนในท้องถิ่น (บุญเลิศ เปเรร่า, 2553, น.3)

4.3 ความปลอดภัย ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึง ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นสิ่งสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว (ประสพพร พุ่มพวง, 2545, น.184) และจากงานวิจัยของ บุญเลิศ เปเรร่า (2553, น.3) พบว่า ด้านโรงแรมที่พักเป็นส่วนหนึ่งของประเด็นความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวที่มาจากสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญในระดับ สำคัญมากที่สุด

สรุป ปัจจัยในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจที่จะ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีก โดยที่ผู้เกี่ยวข้องต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในทุก ด้าน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงพื้นที่นั้นๆ ในการศึกษาข้อมูล การเรียนรู้วัฒนธรรม การดื่มด่ำใน โบราณสถานต่างๆ ภาครัฐและเอกชนควรให้ความร่วมมือในการจัดการวางแผนเพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคของโลก โดยมีการจัดการอย่างเป็นรูปธรรม

ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Factors Concerning the Enviroment of Cultural Tourism)

แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัว ดังนี้ คือ 1.สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ 2. สภาพแวดล้อมทาง ด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3.สภาพแวดล้อมทางการเมือง 4. สภาพแวดล้อม ทางด้านกฎหมาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economics)

สภาวะเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของ นักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการ เดินทางท่องเที่ยวในระยะไกลในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ จะเป็นตัวกระตุ้นกระแส การเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง ไบรด์และคาร์เดนาส (Byrd & Cardenas, 2006, p.72)

เทเวียร์ มูเลส (Tover Mulest ,2008, p.140) ได้กล่าวถึง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ไว้ดังนี้

ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลงจากการที่ธุรกิจท่องเที่ยว ได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

ความหมายของเศรษฐกิจ

ณัฐพร อัครพงษ์ (2551, น.47) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจไว้ดังนี้

เศรษฐกิจ (Economics) หมายถึง กิจการหรือกระบวนการใดๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า บริการจำหน่าย การค้าขายและเกิดการบริโภคใช้สอยของประชาชนในสังคมนั้น ระบบเศรษฐกิจประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) แรงงาน (Labor) ทุน (Capital) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ปัจจัยแวดล้อมภายนอกองค์กรธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ เช่น ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยในการผลิต การคาดคะเนระดับราคาและรายได้ นโยบายด้านการเงินการคลังของรัฐบาล ภาวะเงินเฟ้อหรือเงินฝืดและขนาดของตลาด

วิวัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมไทยในอดีต

1. สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยสมัยกรุงสุโขทัย ด้านการค้าที่สำคัญ คือ ประเทศจีน ซึ่งได้มีการจัดสินค้าลงเรือและสินค้าที่สำคัญได้แก่เครื่องปั้นดินเผาและของป่า ระบบการปกครองเป็นแบบพ่อปกครองลูก อาชีพที่นิยมคืออาชีพรับราชการ

2. สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยสมัยกรุงศรีอยุธยา ด้านการค้าที่สำคัญได้แก่ประเทศโปรตุเกส สเปน ฮอลันดา อังกฤษ ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น แต่ก็เป็นการค้ากับทางราชการเสียเป็นส่วนใหญ่ ประชาชนทั่วไปยังคงมีอาชีพทางการเกษตร ด้านหัตถกรรมและนิยมเข้ารับราชการ

3. สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยสมัยกรุงธนบุรี เป็นยุคที่บ้านเมืองกำลังแตกเป็นก๊ก มีการทำศึกสงคราม ประชาชนต้องหลบหนีภัยสงครามไปอยู่ตามป่าตามเขา

4. สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เริ่มมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นถนน ทางรถไฟ ไฟฟ้า ประปา ฯลฯ แต่อาชีพรับราชการยังคงเป็นอาชีพที่นิยมกันอยู่ ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทางการเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนาปลูกข้าว รัฐบาลเริ่มส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อส่งออกและติดต่อค้าขายกับต่างประเทศทั่วโลก

5. สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยในปัจจุบัน ปัจจุบันได้พัฒนามาสู่การผลิตด้านอุตสาหกรรม การค้าและการบริการมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงทำงานอยู่ในภาคการเกษตร สังคมไทยมีขนาดครอบครัวที่เล็กลง คนรุ่นใหม่รับเอาแนวคิดและวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามา โดยผ่านสื่อต่างๆ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-9 ประเทศไทยมีการประกาศใช้แผนพัฒนาครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2504

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (2504-2509) เน้นการเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2510-2514) เน้นการพัฒนาสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2515-2519) เน้นเรื่องความร่วมมือระหว่างส่วนราชการส่วนกลางกับส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (2520-2524) เน้นเรื่องความมั่นคงปลอดภัยของประเทศเป็นหลักในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (2525-2529) เน้นเรื่องการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (2530-2534) เน้นเรื่องยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2535-2539) เน้นเรื่องการรักษาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (2540-2544) เน้นเรื่องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์และเสริมสร้างสังคม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) เน้นเรื่องความมีคุณภาพทางเศรษฐกิจ การยกระดับคุณภาพชีวิต การมีระบบการบริหารจัดการที่ดีและการลดความยากจน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550-2554) เน้นเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) เน้นเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันและข้อมูลระบบเศรษฐกิจเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า บริการจำหน่าย การค้าขายและเกิดการบริโภคใช้สอยของประชาชนในสังคม ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ซึ่งทำให้การดำเนินธุรกิจไปด้วยความราบรื่น โดยมีปัจจัยแวดล้อมภายนอกองค์กร

ธุรกิจ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ 7 กลุ่มใหญ่คือ บัณฑิตวิทยาลัยทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านกฎหมาย ด้านการเมืองการปกครองและด้านเทคโนโลยี (แผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 11 (2555-2559) ฉบับปัจจุบัน

ด้านเศรษฐกิจ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2555, น.2) พบว่า การจัดทำแผนพัฒนาประเทศของไทยนับตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ เงื่อนไข และการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2550-2544) เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการวางแผนพัฒนาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมและมุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาเป็นบูรณาการแบบองค์รวมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุล ต่อมาแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้บัญญัติ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ ควบคู่ไปกับกระบวนการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 สำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ยังคงน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวทางปฏิบัติและให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-9 และการพัฒนาที่สมดุลทั้งคน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยมีการเตรียม “ระบบภูมิคุ้มกัน” ด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของทุนที่มีอยู่ในประเทศและการบริหารจัดการความเสี่ยงให้พร้อมรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่เย็นเป็นสุขของคนไทยทุกคน

ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สังคมไทยได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางทุกภาคส่วน ส่งผลให้ประเทศไทยเข้มแข็ง มีภูมิคุ้มกันสูงขึ้น ในหลายด้านและสามารถปรับตัวรับกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนได้จากดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขของคนไทยโดยรวมที่ไม่ได้รับผลกระทบและอยู่ระหว่างร้อยละ 66-68 มีปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง การมีงานทำ ความเข้มแข็งของชุมชนและความอบอุ่นของครอบครัวที่ส่งผลดีต่อความอยู่เย็นเป็นสุข อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ยังเป็นอุปสรรค ได้แก่ ความสมานฉันท์ในสังคม สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศความสมดุล ความเสี่ยงจากปัญหาสุขภาพจิตที่สูงขึ้น รวมถึงสุขภาพของคนไทยลดลงจากคุณภาพการศึกษาที่เป็นปัญหาสอดคล้องกับการติดตามประเมินผลการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ที่ประสบความสำเร็จน่าพอใจ เศรษฐกิจของประเทศไทยเข้มแข็งและเริ่มเติบโตอย่างมีคุณภาพ การขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7.8 ในปี 2553 หลังจากชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 5.1 ในปี 2549 และหดตัวลง

ร้อยละ 2.3 ในปี 2552 คุณภาพชีวิตของคนไทยดีขึ้น มีหลักประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายและความยากจนลดลง แต่ต้องให้ความสำคัญต่อเนื่องกับการพัฒนาคุณภาพคนและสังคม การสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและความโปร่งใสในการบริหารจัดการภาครัฐ รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย

การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะข้อผูกพันที่จะเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2559 จึงจำเป็นต้องนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นมาใช้ในการเตรียมความพร้อมให้แก่คน สังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไปเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้ตระหนักถึงสถานการณ์และความเสี่ยงซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและภายในประเทศ โดยเฉพาะภาวะผันผวนด้านเศรษฐกิจพลังงานและภูมิอากาศ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อประเทศไทยทั้งเชิงบวกและลบดังนั้น ทิศทางการบริหารจัดการประเทศภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงเป็นการใช้จุดแข็งและศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศเพื่อสร้างความเข้มแข็งและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตภาคเกษตรและการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องปรับตัวในการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค ซึ่งประเทศไทยมีพันธมิตรภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ เพื่อสามารถใช้โอกาสที่เกิดขึ้นและเพิ่มภูมิคุ้มกันของทุนที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม พร้อมก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องสร้างความพร้อมสำหรับเชื่อมโยงด้านกายภาพทั้งโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพคน การเสริมสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

นอกจากนั้นภาครัฐออกมาตรการเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เช่น การสนับสนุนเศรษฐกิจรากหญ้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยพัฒนาภาคชนบทและการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชนระดับรากหญ้าอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และการ

กระจายรายได้ที่เป็นธรรม ซึ่งโครงการดังกล่าวประกอบด้วย โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง มาตรการพักชำระหนี้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย มาตรการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยและการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน การส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เข้มแข็ง เชื่อมโยง รองรับสนับสนุนกิจการขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง รัฐบาลได้สร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น จากข้อมูลประเทศไทย ที่จัดทำโดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยจัดทำเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) ที่ครอบคลุมในเรื่องเศรษฐกิจ การค้า การปกครอง กฎหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ วัฒนธรรมและความมั่นคง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการค้า และการลงทุน และสร้างพันธมิตรที่จะเกื้อกูลกันทางเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศไทยได้เปิดเสรีทางการค้า กับหลายประเทศ เช่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น ตัวอย่างของการ ประเทศที่จัดทำเขตการค้าเสรี เช่น ประเทศจีน ประเทศไทยได้ลงนามกับประเทศจีนในการตกลง ลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ ให้เหลือร้อยละ 0 โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 เป็นต้นไป ผลของการประชุมสุดยอดผู้นำเศรษฐกิจเอเปคทำให้เกิดการเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกด้านการค้า การลงทุน การค้าโลกและระบบการค้าพหุภาคี ได้เกิดการรับรองปฏิญญากรุงเทพมหานครว่าด้วยความ เป็นหุ้นส่วนเพื่ออนาคต ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วนที่ไม่เพียงเพื่อเปิดเสรีทางการค้าและ อำนวยความสะดวกในการค้า การลงทุนเท่านั้นแต่เพื่อการปกป้องประชาชนและสังคมจากภัย คุกคามต่อความมั่นคง ตลอดจน ความร่วมมือในการกำหนดมาตรฐานสินค้าเพื่อป้องกันการกีดกัน ทางการค้าในอนาคตและการปฏิรูปการบริหารภายในของสมาชิกเอเปค (APEC: Asia-Pacific Economic Cooperation หรือความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก) ซึ่งมี จุดประสงค์ เพื่อสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการค้าของภูมิภาคของโลก พัฒนาและ ส่งเสริมระบบการค้าพหุภาคี ขยายความร่วมมือในสาขาเศรษฐกิจที่สนใจร่วมกัน ส่งเสริมและ สนับสนุนให้มีการไหลเวียนของสินค้า บริการ ทุน และเทคโนโลยีระหว่างกันโดยเสรี นอกจากนี้ ยังศึกษาสู่ทางในการเปิดเสรีการค้าในภูมิภาค ในลักษณะที่มีใช้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เพื่อคิด กันประเทศนอกกลุ่ม อีกด้วย

นอกจากนี้รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยทุ่มทุนจำนวนมากให้การ สนับสนุนและส่งเสริมในทุกภาคส่วน มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข่าว การจัดการ ส่งเสริมทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคควบคู่กันไป ซึ่งจะเห็นได้จากวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจของ ไทยและภาวะด้านเศรษฐกิจของไทย

นโยบายเศรษฐกิจ

นโยบายเศรษฐกิจ นโยบาย คือ หลักการซึ่งสร้างขึ้นเพื่อกำหนดมาตรการอันจะนำไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางนั้นๆ การวางแผนนโยบาย คือ การสร้างหลักการเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการ

วัตถุประสงค์ของนโยบายเศรษฐกิจ อาจกล่าวกว้างๆ ได้ 4 ประการ คือ

1. ความกว้างหน้าทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าเป็นทางที่จะยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกในสังคมให้สูงขึ้น โดยอาจพิจารณาได้หลายทัศนะ เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของชาติ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ การขยายขีดความสามารถในการผลิตและขอบเขตของตลาด

2. เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ปัญหาเรื่องเสถียรภาพทางเศรษฐกิจนี้มักเกิดควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในระบบเศรษฐกิจที่ไม่มีความก้าวหน้าหรือการพัฒนา ปัญหาในเรื่องเสถียรภาพทางเศรษฐกิจย่อมไม่มีความสำคัญ เพราะเมื่อระบบเศรษฐกิจไม่เติบโต ย่อมไม่เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้า รายได้ ค่าครองชีพ การออม การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจเป็นวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขึ้นราคาสินค้ารวดเร็วจนรายได้ของประชาชนเพิ่มตามไม่ทัน ซึ่งจะส่งผลต่อค่าครองชีพและการออมทรัพย์ของประชาชน

3. ความเป็นธรรมในทางเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพที่ปราศจากการเอาเปรียบหรือการข่มขู่แสวงหาผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของกลุ่มคนภายในสังคม ตัวอย่างความไม่เป็นธรรม เช่น การผูกขาดการค้าที่แสวงหากำไร เกินควร การหลีกเลี่ยงไม่เสียภาษีให้รัฐบาล

4. เสรีภาพทางเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมและแบบผสมระหว่างสังคมนิยมกับเสรีนิยมนั้น ได้แบ่งเสรีภาพทางเศรษฐกิจออกเป็น 3 ทางคือ

4.1 เสรีภาพในการมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ทั้งการจำหน่ายจ่ายโอนทรัพย์สินนั้น รัฐบาลอาจกำหนดขอบเขตโดยมาตรการด้านภาษีอากร เช่น สินค้าฟุ่มเฟือย เก็บภาษีในอัตราสูงเพื่อไม่ให้ประชาชนฟุ่มเฟือย

4.2 เสรีภาพในการประกอบกิจการเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะด้านการผลิตหรือจำหน่ายผลผลิต รัฐบาลอาจมีมาตรการที่กำหนดขอบเขตโดยกฎหมาย เช่น ออกกฎหมายควบคุมการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน

4.3 เสรีภาพในการอุปโภคและบริโภคสินค้าในระบบเศรษฐกิจ ลักษณะสำคัญของระบบเศรษฐกิจที่ใช้ในประเทศไทย คือ เอกชนและรัฐเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เอกชนและรัฐบาลเป็นผู้ตัดสินใจปัญหาทางเศรษฐกิจโดยนำความคิดเห็นของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เข้ามาพิจารณา

ประกอบและใช้กลไกของตลาดในการกำหนดราคาและให้งานลู่วงไปตามจุดหมายและถ้าเอกชนดำเนินธุรกิจได้ตราใดที่ทำได้ดี รัฐก็ส่งเสริม

วรินดา เจริญรัตน์ (2548, น.7) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงกระตุ้นและความสำคัญต่อเศรษฐกิจไว้ดังนี้

ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีส่วนช่วยให้ประเทศได้รับรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศและรายได้ดังกล่าวก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศดี เช่น ประเทศเม็กซิโก สเปน ออสเตรเลียสหรัฐอเมริกาและบางประเทศก็สามารถนำเงินมาพัฒนาประเทศจนสามารถทัดเทียมกับประเทศข้างเคียง เช่น อิตาลี ลักเซมเบิร์ก เป็นต้น

2. การช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้น รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่จะกระจายไปสู่ประชากรทั่วประเทศ ดังนั้นภูมิภาคต่างๆ ก็มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นมีการสร้างสิ่งใหม่ เกิดอาชีพใหม่และมีความต้องการแรงงานจำนวนมาก

3. ช่วยให้ความรู้ทางการเงินระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านดุลการชำระเงินดีขึ้น เพราะรายได้จากนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นไปในรูปของการขายสินค้าและบริการภายในประเทศแต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศก็มีความสำคัญเช่นเดียวกันในการช่วยลดปัญหาการนำเงินตราออกไปใช้นอกประเทศ

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและยังก่อให้เกิดการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้และการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบมากนัก

5. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เป็นตัวนำให้เกิดการลงทุนในหมวดอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมทั้งการพัฒนาแถบภูมิภาคของรัฐบาลในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน (Infra-Structure) ทั้งสาธารณูปโภค ถนนหนทาง การประปา การติดต่อสื่อสาร ไฟฟ้า เป็นต้น

สุรพล เสวตเสรณี (2555, น.2) ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ททท. ได้ประเมินสถานการณ์ที่เป็นตัวแปรทั้งด้านลบและบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ.2554-2555 ภายหลังจากเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อในด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น วิกฤติภัยธรรมชาติ ภาวะการทางการเมือง รวมถึงการเปลี่ยนผ่านข้าวเศรษฐกิจโลกจากซีกตะวันตกสู่กลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ในเอเชีย (รัสเซีย อินเดีย จีน อินโดนีเซีย หรือ RICHI) ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่อยู่ใกล้ การเร่งตัวเข้าสู่ระบบภูมิภาควิวัฒนาการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN ECONOMIC COUNTRIES-AEC) ความก้าวหน้าในการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยี

ในโลกดิจิทัลที่สามารถใช้ประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงปรับแนวคิดสู่การตลาดสมัยใหม่ที่มีผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลาง ค้นหาความปรารถนาที่อยู่ในใจนักท่องเที่ยวแปรสู่การสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้โดนใจและมีคุณค่าตรงกับที่นักท่องเที่ยวต้องการ

สำหรับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2555 ของ ททท. ได้มุ่งเน้นการสร้างสมดุลในมิติต่างๆ โดยเฉพาะมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความสมดุลในมิติมูลค่าที่ประเทศไทยได้รับกับคุณค่าที่ส่งมอบเป็นการตอบแทน เพื่อคืนกำไรให้กับนักท่องเที่ยว โดยจะดำเนินงานภายใต้ 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ดอย้ำภาพลักษณ์ “ทรงคุณค่า”
2. ด้อยอดความทันสมัยด้านการตลาดและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแห่งโลกดิจิทัล
3. สานต่อแนวคิดเพิ่มมูลค่าและคุณค่าจากนวัตกรรม
4. ให้ความสำคัญกับความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของภาคีทุกภาคส่วน

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อสิ้นปี พ.ศ.2554 ประมาณ 18-18.3 ล้านคน คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 7 แสนล้านบาท ส่วนเป้าหมายปี พ.ศ.2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดเป้าหมายจำนวนรายได้ของตลาดต่างประเทศอยู่ที่ประมาณ 7.6 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 19.5 ล้านคน

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะยังคงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand : Always Amazes You” สำหรับตลาดต่างประเทศ เพื่อเป็นการยืนยันที่จะส่งมอบคุณค่า ความประทับใจและประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมายให้นักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มาเยือน ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวคนไทย ยังคงสานต่อแนวคิดที่มุ่งสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ด้วยการต่อยอดแคมเปญ “เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” ผ่านสาระหลัก 3 ประเด็น คือ สำนึก ด้วยกันและเข้าใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกรัก ห่วงแหนและภูมิใจในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว เมื่อเที่ยวด้วยกันจะเกิดพลังความสามัคคีและสายใยแห่งความผูกพัน ประการสุดท้าย เที่ยวด้วยความเข้าใจ จะเกิดการเรียนรู้รากเหง้าแห่งวัฒนธรรมและต่อยอดภูมิปัญญาไทยในเชิงสร้างสรรค์

ในส่วนการดำเนินงานด้านตลาดต่างประเทศ ในปี พ.ศ.2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มุ่งเน้นความเป็น “Amazing Thailand : Always Amazes You” ของประเทศไทยและตั้งใจให้เกิดกระแสเรื่องที่ถูกคนพูดถึง (Talk of the Town) โดยนำส่งประสบการณ์ที่น่าประทับใจผ่านการเล่าเรื่องในหนังสือ “Hearing The Sunshine” บอกต่อลงบนโลกโซเชียล ยูทูป (Youtube)

ผนวกการใช้บุคคลมีชื่อเสียงมาช่วยในการทำการตลาด (Celebrity Marketing) ด้วยกระแสละครที่วิ
ไทย เพื่อขยายการรับรู้แบรนด์ประเทศไทยในตลาดจีน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในขณะนี้ นอกจากนี้
ยังมีการจำลองเทศกาลเด่น (Outdoor Event) เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ รวมทั้งจัดกิจกรรมแข่งขัน
เกมส์ออนไลน์ (Game Online) ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยผ่านเกม
หลากหลายรูปแบบ เช่น เกม Tuk Tuk Racing เกมส้อมคำสุขใจ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส
เข้าถึง และเกิดจินตนาการมากขึ้น

ด้านส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์
ดึงดูดกลุ่มกระแสหลักที่มีศักยภาพในการจับจ่ายและนำความต้องการของแต่ละกลุ่มมาสร้าง
เรื่องราวเฉพาะ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนวัยทำงานที่มีรายได้ดี (Gen X
และ Gen Y) กลุ่มสตรีและกลุ่มผู้สูงวัย ในขณะเดียวกัน ยังมุ่งดำเนินการตอบสนองความต้องการ
ของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ ประกอบด้วย กลุ่มแต่งงานและฮันนีมูน กลุ่มกอล์ฟ กลุ่ม
สุขภาพและความงาม กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) นอกจากนี้ ยังได้ใช้กลยุทธ์กระตุ้น
การเดินทางซ้ำในกลุ่มลูกค้าเก่า ควบคู่กับการแสวงหาลูกค้าหน้าใหม่ โดยเฉพาะในตลาดตะวันออก
กลาง ละตินอเมริกาและอินเดีย นอกจากนี้ ยังจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่พนักงานส่วนหน้าของคู่มือ
สำคัญในตลาดเอเชีย อเมริกาและตะวันออกกลาง โดยเชิญเข้าร่วมสัมมนา สำรวจสินค้า บริการใน
ประเทศไทย เพื่อรู้จักและเข้าถึงประเทศไทยและเพิ่มประสิทธิภาพการขายมากขึ้น

การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศในปี พ.ศ. 2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
จะจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการที่เข้าถึงจิตใจนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการนำเสนอ
คุณค่าของชีวิตเพื่อเพิ่มความผูกพันในครอบครัวและนำเสนอคุณค่าของความภูมิใจในการมีส่วนร่วม
ร่วมดูแลปกป้องสิ่งแวดล้อม ทำประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนสร้างกระแสการเรียนรู้ประเทศไทย
ผ่านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีพื้นถิ่น ให้เกิดการอนุรักษ์สู่อนุชนรุ่นหลัง ในขณะเดียวกัน ยังได้จัด
กิจกรรมที่นำเสนอความแตกต่างของแต่ละภูมิภาค เพื่อให้เห็นคุณค่าเฉพาะของแต่ละพื้นที่และ
ยังคงให้ความสำคัญในการร่วมดำเนินงานกับพันธมิตร เพื่อขยายช่องทางขายให้ลูกค้า และมุ่งมั่น
ที่จะสร้างจิตสำนึกต่อการดูแลและปกป้องพื้นที่ท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2555 ได้เลือกเกาะสมุย
ปาย เชียงคานและน่าน เป็นพื้นที่นำร่อง โดยจัดกิจกรรมรณรงค์ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและให้
นักท่องเที่ยวหันมาดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะใน
พื้นที่ทั้ง 4 แห่งดังกล่าว

ด้านการท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือในทุกภาคส่วน เพื่อนำเอาจุดขายมานำเสนอทุก
ประเทศ การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถสร้างรายได้
ให้กับประเทศชาติได้อีกมาก เพราะความต้องการของชาวต่างชาติมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จิรา บัวทอง (2550, น.5) ได้สรุปว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การแข่งขันทางธุรกิจท่องเที่ยวที่มากขึ้น ทำให้ราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีราคาถูกลงและนักท่องเที่ยวเองก็มีความคาดหวังสูงต่อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีการต่อรองมากขึ้น มองหาตัวเลือกที่ถูกลงและมีคุณภาพดี

2. ภูมิภาคเอเชียโดยเฉพาะประเทศจีนและอินเดีย จะมีความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วซึ่งย่อมส่งผลให้ประชากรทางแถบนี้มีกำลังซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

3. การเปิดเสรีทางการค้าทำให้เกิดการเดินทางเพื่อเจรจาซื้อขายสินค้าและบริการมากขึ้น และส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความคิดและพฤติกรรมมากขึ้นด้วย

สรุป เศรษฐกิจของประเทศในช่วงไตรมาสที่ผ่านมา พ.ศ. 2556 ประเทศไทยยังมีภาวะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีเหตุการณ์ที่ทำให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบบ้างก็ตาม แต่โดยภาพรวมเศรษฐกิจยังมีแนวโน้มที่ดีในอนาคต โดยอาศัยมาตรการด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ให้การสนับสนุน ส่งเสริม ทางด้านเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

2. สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Technology Involvement)

อีวานา โลการ์ (Ivano, 2010, p.125-135) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ในโลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบินและเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วปลอดภัยและประหยัด

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความหลากหลาย ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องการคมนาคม ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของการบริการ การบริหารจัดการโดยภาพรวม ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะนำเสนอในแต่ละประเด็นดังนี้

1. ภาวะปัจจุบันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร

ศุภรา พันธุ์ติยะ (2553, น.83) ได้กล่าวถึงภาวะปัจจุบันด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารว่า กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้โลกย่อส่วนลง ข้อมูลทางด้านธุรกิจการศึกษา ถูกโอนถ่ายด้วยความรวดเร็ว ทำให้ผู้ที่มีข้อมูลมากกว่าเป็นผู้ได้เปรียบทางด้านธุรกิจ

การค้า ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ ประเทศไทย ก็ได้รับผลของกระแสโลกาภิวัตน์ กระแสของเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในการประชุมสุดยอดอาเซียนอย่างไม่เป็นทางการ ครั้งที่ 3 ณ ประเทศฟิลิปปินส์ ได้มีการเสนอให้จัดตั้ง เขตการค้าเสรีด้านสินค้า บริการ และการลงทุนที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี สารสนเทศและสื่อสาร ภายใต ความตกลงด้านอิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน (e-ASEAN Agreement) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวาง โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของอาเซียน รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดศูนย์กลางแลกเปลี่ยน ข้อมูลของอาเซียน การส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาครัฐ ผลักดันให้เกิดความมั่นใจในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น มีการออกกฎหมายรองรับ การมีระบบ รักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐานสากล การเปิดการค้าเสรีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้าน อิเล็กทรอนิกส์ ด้านสังคม เน้นให้เกิดสังคมอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพและทั่วถึง และการสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ โดยจะเน้นการให้บริการประชาชน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น การเสียภาษีผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การจดทะเบียนการค้า พิธี การศุลกากร เป็นต้น

ภาครัฐบาลโดยกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ได้เริ่มการพัฒนาส่งเสริม การพัฒนาประเทศไทย (e-Thailand) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการประชุมดังกล่าว เพื่อตอบสนองและ เตรียมการในเชิงรุกต่อความเคลื่อนไหวของการพัฒนาการที่เกิดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อลด ช่องว่างความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างเป็นรูปธรรม พัฒนาสังคม บุคลากร สารสนเทศ อย่างมี ประสิทธิภาพ การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์อย่างทั่วถึงและโปร่งใส ศึกษาและ กำหนดทิศทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างชัดเจน ส่งเสริมการค้า การบริการและการลงทุน สร้างความเชื่อมั่นและอำนวยความสะดวกและสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้พร้อมกันนั้น โดย จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาสังคม (e-Society) เพื่อเป็นการลดช่องว่างทางสังคมโดยจัด ให้มีและเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างทั่วถึง ในทุกส่วนของสังคม พัฒนาหลักสูตร เนื้อหา และการ ถ่ายทอดความรู้ ในทุกระดับการศึกษาให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในการประยุกต์ใช้งานและความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกระดับและทุกส่วน โดยทั่วถึง ส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยี สารสนเทศในทุกระดับ ให้พอเพียงที่จะรองรับการพัฒนาประเทศ และการเจริญเติบโตของธุรกิจ ใน ภูมิภาค ส่งเสริมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับภาคการศึกษาและถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อขยายฐานการศึกษา รวมทั้งเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพ และส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือ พัฒนาสังคม ภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการสังสมความรู้ประสบการณ์ร่วมกันในการจัดการและ ใช้ทรัพยากรที่จะนำไปสู่สังคมแห่งความรู้ e-Government รัฐบาลจัดตั้ง e-Government เพื่อส่งเสริม

และสร้างความเข้าใจแนวคิดการสร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดแผนงาน มาตรการและแนวทางการดำเนินงานที่เป็นเอกภาพ เพื่อความโปร่งใสและความเข้าใจในการดำเนิน ภาครัฐในกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการประสานงานให้การพัฒนาประเทศไทยในส่วนต่างๆ สอดรับ และเท่าทันกับการพัฒนาในระดับภูมิภาคและนานาชาติ นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มความสะดวก ในการพัฒนากิจกรรมความร่วมมือระหว่างเอกชนกับรัฐบาลในด้านต่างๆ อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้เพื่อเป็นการสอดคล้องกับระบบการส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยและให้เกิดความ ครอบคลุมมากที่สุด รัฐบาลได้จัดตั้งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ทั้งนี้เพื่อพัฒนาการ ให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและรักษาความ มั่นคงทางการเงินของประเทศ อำนวยความสะดวกและสร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรม อิเล็กทรอนิกส์ โดยจัดให้มีกลไกในการกำกับดูแลการเก็บรักษาข้อมูล การปกป้องความเป็นส่วนตัว และการรักษาความปลอดภัยในระบบชำระเงินและ เร่งพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และด้านการคุ้มครอง ทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งผลักดันกฎหมายใหม่ๆ ที่มีความจำเป็นต่อการสร้างหลักประกันและ ความเชื่อมั่นทั้งของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

เพื่อให้การดำเนินการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยได้ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสนองต่อความต้องการการพัฒนาประเทศ อีกทั้งเป็นการเชื่อมต่อ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในฝ่ายต่างๆ เข้าด้วยกัน และเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการ พัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในทุกห้องที่ เพื่อก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนโดยทั่วไป รัฐบาลจึงได้จัดตั้งกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร ซึ่งเป็นกระทรวงใหม่ โดยพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 โดยมีภารกิจที่ ดำเนินการใน 2 ส่วน คือ การดำเนินการในภาพรวมของกระทรวงและการดำเนินการของส่วน ราชการในสังกัด

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2546, น.11) ได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริม เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งชาติ (NECTEC) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างทั่วถึง สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) ได้รับการจัดตั้งเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศให้มีศักยภาพในการ แข่งขันในตลาดโลก รวมทั้งเป็นองค์กรในการทำหน้าที่ประสานการดำเนินงานระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนผู้ประกอบการ ตลอดจนให้มีการสนับสนุนการลงทุนทางด้านอุตสาหกรรม ซอฟต์แวร์และพัฒนาด้านการตลาด และมีโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศเกิดขึ้นภายใต้การนำของกระทรวงดังกล่าว เช่น โครงการการพัฒนาเด็กไทยด้วย ICT จัดตั้งขึ้นเพื่อให้เด็กไทยมีโอกาสในการเรียนรู้มากขึ้นและสร้างให้สังคมการศึกษาไทยเป็น Knowledge Based Education โดยมีกลุ่มเป้าหมายให้การส่งเสริม สนับสนุน แก่เด็กในโรงเรียนของ กระทรวงศึกษาธิการ โครงการสถาบันพัฒนาความรู้แห่งชาติ ซึ่งเป็นสถาบันหลักของประเทศที่จะดูแล รับผิดชอบ บริหารและดำเนินงาน เพื่อจัดการและพัฒนาระบบความรู้โดยรวม จัดการและดำเนินงานระบบหนังสือสาธารณะ ศูนย์บริการหนังสือและห้องหนังสือ เพื่อบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและสอดคล้องกับระบบสากล สนับสนุนและประสานงานห้องสมุดและห้องหนังสือทั่วประเทศให้มีพื้นฐานที่ดีและมั่นคง เพื่อส่งเสริมการอ่านอย่างจริงจังและรองรับระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Library) ในอนาคต สิ่งที่รัฐบาลจัดทำขึ้นเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การนำบริการทางสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง หากพิจารณาในด้านขอประชาชนที่ต้องพัฒนาตนเองให้ทันต่อยุคของข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน

ในด้านของประชาชนจากผลสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2547 ในเขตปริมณฑล ซึ่งมีศักยภาพที่พร้อมรับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุดในประเทศ ซึ่งจะเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-based Economy) โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดเก็บข้อมูล พบว่า จำนวนสถานประกอบการที่มีการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 79,179 แห่ง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.50) ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจการค้า บริการและการท่องเที่ยว รองลงมาประกอบการผลิต ร้อยละ 14.20 ส่วนการประกอบกิจการ ก่อสร้างและการขนส่งทางบกและตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย ประมาณร้อยละ 1.30 และ 1.00 ตามลำดับ ด้านการมีและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า สถานประกอบการร้อยละ 19.00 มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) มีการใช้ร้อยละ 8.60 การมีเว็บไซต์ในการดำเนินกิจการ มีการใช้ร้อยละ 0.80 การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้ร้อยละ 1.30 การรับคำสั่งซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ มีการใช้ร้อยละ 0.30 การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการดำเนินกิจการ มีการใช้ร้อยละ 22.80 การใช้โทรศัพท์พื้นฐานในการดำเนินกิจการ มีการใช้ร้อยละ 53.00 การใช้โทรสารในการดำเนินกิจการมีการใช้ร้อยละ 8.00

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการที่อยู่ในเขตปริมณฑลที่มีความพร้อมกำลังพัฒนากิจการของตนโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่อง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสเทคโนโลยีของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริหารธุรกิจหรือดำเนินกิจการทางการค้าขึ้นอยู่กับการบริหารข้อมูล สารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเอา

เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้จึงเป็นการได้เปรียบทางการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยการติดต่อ ประสานงาน การนัดหมาย เมื่อพิจารณาการมีและใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือน พบว่า ในครัวเรือนทั้งสิ้น 16.65 ล้านครัวเรือน มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 1.95 ล้านเครื่อง เฉลี่ย 11.7 เครื่องต่อ 100 ครัวเรือน และมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในครัวเรือน 9.55 แสนครัวเรือน เฉลี่ย 5.7 ต่อ 100 ครัวเรือน จำนวนเครื่องโทรสาร 2.88 แสนเครื่อง เฉลี่ย 1.7 เครื่องต่อ 100 ครัวเรือน

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า จำนวนการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่าปี พ.ศ. 2546 ยกเว้นการลดลงของเครื่องโทรสารที่ปี พ.ศ. 2546 มีอัตราเฉลี่ย 2.3 ต่อ 100 ครัวเรือน เหลือ 1.7 ต่อ 100 ครัวเรือนในปี พ.ศ. 2547 แนวโน้มดังกล่าวสรุปได้ว่า ครอบครัวของประชาชนไทยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือนเพิ่มขึ้น การสื่อสารในรูปแบบของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มีการใช้เพิ่มขึ้นจึงทำให้จำนวนเครื่องโทรสารมีการใช้ที่ลดน้อยลง หากทำการเปรียบเทียบจำนวนเครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในปี พ.ศ.2544 พ.ศ.2546 และ พ.ศ. 2547 พบว่า แนวโน้มการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

เมื่อพิจารณาจากอัตราการขยายตัวของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ เฉพาะของเอไอเอส ประเมินว่า จากผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในปี พ.ศ. 2547 อยู่ที่ 26.5 ล้านราย และจะเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เป็น 30.5 ล้านราย โดยการเพิ่มขึ้นจะเป็นการเพิ่มในต่างจังหวัด ซึ่งเป็นลักษณะผู้ใช้ที่บัตรเติมเงินเป็นหลัก กฤษณัน งามผาดิพงษ์ (2548, น.31) รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการตลาด บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงการใช้โทรศัพท์มือถือในยุคใหม่ว่า ลักษณะของการใช้งานโทรศัพท์มือถือการใช้ประโยชน์จากประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก (Functional Innovation) โทรศัพท์มือถือปัจจุบันมีคุณสมบัติหลากหลาย เป็นการรองรับเทคโนโลยีรุ่นที่ 3 (3G) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ส่งผ่านข้อมูลได้หลากหลายและความรวดเร็วในการสื่อสาร ตอบสนองการเรียนรู้ของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ มีทั้งภาพ เสียงและอักษรพร้อมกัน จึงนำประโยชน์ต่อการสื่อสารสำหรับธุรกิจการค้า รวมทั้งการศึกษาในอนาคต

สมพงษ์ จิตระดับและสุอังคะ วาทิน (2546, น.11) พบว่า ช่องว่างระหว่างพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูบาอาจารย์ ในโลกสมัยเก่ากับเด็กไทยพันธุ์ใหม่ โลกยุคสารสนเทศจะมากขึ้นตามลำดับ อินเทอร์เน็ตจะเป็นห้องสมุดโลกที่เด็กเรียนรู้และรับข่าวสารมากมายได้ตลอดเวลา อินเทอร์เน็ตจะเป็นดาบสองคม เด็กจะใช้ประโยชน์กับการศึกษาในขณะที่มีพ่อแม่อยู่ด้วยประมาณร้อยละ 20 นอกจากนั้นเด็กจะใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็น Sex Web Cam, Sex Chat, SexPhone การส่ง e-mail การดูภาพโป๊ลามกอนาจารที่มีกว่าหมื่นเว็บ ทั้งนี้เพราะสื่อทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงง่าย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เช่น ICQ MSN หรือใช้การส่งข้อความผ่านระบบโทรศัพท์

มือถือ ซึ่งก็ทำได้โดยง่าย รวดเร็ว เด็กไทยในปัจจุบันใช้ชีวิตอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ค่อนข้างมาก ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม นอกจากนี้ผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมยังเป็นสื่อลามก ซึ่งเป็นสาเหตุของการก่ออาชญากรรม เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการกระทำผิด เช่น การแอบถ่ายภาพตามห้องน้ำ ห้องลงเสื้อผ้าและนำภาพเหล่านั้นมาเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นส่วนขัดต่อสิทธิมนุษยชน การตัดต่อภาพดาราสื่อลามกเป็นสิ่งชั่วร้ายทางกามารมณ์ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องทางในการล่อลวงเพื่อลวงละเมิดทางเพศ ทำให้ค่านิยมทางเพศเปลี่ยนแปลงไปด้วยการเผยแพร่เรื่องราวที่ผิดศีลธรรม เช่น การสลัดกุ้นนอน เซ็กซ์หมู่ เป็นต้น

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและในขณะเดียวกันย่อมเกิดโทษสำหรับสังคมด้วยเช่นเดียวกัน การให้การศึกษารอบร้อม รวมทั้งคุณค่าของวัฒนธรรมไทยจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่มากนักน้อย หากสังคมไทยยังไม่ควบคุมดูแลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเหตุดังกล่าวกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงได้จัดตั้งอาสาสมัครแจ้งเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม เพื่อเป็นการควบคุมการแพร่ระบาดของเว็บไซต์ดังกล่าวอย่างไรก็ตามประเทศไทยมีแนวโน้มของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว การสื่อสารระหว่างประเทศ รวมทั้งการศึกษา ที่สูงขึ้นเป็นลำดับ ปัญหาจึงอยู่ที่การเตรียมประชาชนให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านั้นอย่างถูกต้อง มีการควบคุมดูแลโดยมีกฎหมายรองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation) เป็นสิ่งที่ยังสำคัญอย่างยิ่งธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ขาย วิธีการบริโภคของคนล่าสุดอาจจะต้องอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เนื่องจากธุรกิจขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีอย่างมากจึงต้องคอยติดตามสิ่งใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยีจากคู่แข่ง ความไม่ต่อเนื่องทางด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดปัญหาสำหรับผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ดังนั้นธุรกิจจะต้องจัดระบบคอยติดตามสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

อุตสาหกรรมที่สำคัญในประเทศที่ขึ้นกับเทคโนโลยี ได้แก่ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เครื่องคิดเลข เครื่องบิน โรงงาน เครื่องเลเซอร์ เครื่องถ่ายภาพ เครื่องโทรสาร เครื่องจักรถ่ายภาพเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี เทคโนโลยีใหม่ที่สำคัญจะสามารถสร้างอุตสาหกรรมใหม่ด้วย เช่น อุตสาหกรรมไมโครคอมพิวเตอร์และอุตสาหกรรมถ่ายภาพ ธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีต้องอาศัยความพยายามของธุรกิจในการพยากรณ์เทคโนโลยี กระบวนการนี้จะเกี่ยวข้องกับวิจรรณญาณในการพยากรณ์เทคนิคต่างๆ การพยากรณ์เทคโนโลยีเป็นสิ่งยากที่จะถูกต้อง ผู้บริหารการจัดการเชิงกลยุทธ์จะต้องทำให้ดีที่สุดนี้คือเหตุผลที่ว่า การกลั่นกรองสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญในการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่าง คอมพิวเตอร์แอปเปิ้ล (Apple) ได้พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ในระบบแมคอินทอช (Macintosh) เทคโนโลยีนี้ทำให้แอปเปิ้ล (Apple) มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลอดระยะเวลา 5 ปี คอมพิวเตอร์สามารถที่จะสร้างลักษณะเปลี่ยนแปลงเป็นกลยุทธ์ในระยะสั้นและมีนวัตกรรมมากขึ้นในช่วงระยะยาว

3. เทคโนโลยีและความรับผิดชอบต่อสังคม (Technology and social responsibility)

ในขณะที่เทคโนโลยีมีความสำคัญในความสำเร็จของธุรกิจทำให้เกิดปัญหาหลายบริษัทเช่นกัน ผลลัพธ์จากเทคโนโลยีใหม่บางครั้งจะทำลายสภาพแวดล้อม ทุกองค์การซึ่งไม่ใช่เฉพาะธุรกิจจะต้องประเมินผลกระทบของธุรกิจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ผลกระทบจากนิวเคลียร์ทั้งด้านรัฐบาลและเศรษฐกิจ มลพิษจากน้ำมันที่มีสารตะกั่ว มลพิษจากอาหาร วัสดุเคมี ซึ่งทำให้เกิดมลภาวะเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ปัญหาด้านสุขภาพซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบต่อบุคคล เช่น โรคมะเร็งและโรคต่างๆ ในอัตราสูงเกินกว่าปกติซึ่งเกิดจากปัญหาขยะมูลฝอย กลยุทธ์อุตสาหกรรมจะต้องตอบสนองและแก้ปัญหาเหล่านี้ด้วย ต้องศึกษาความต้องการของสังคมและคุณภาพชีวิต ถ้าธุรกิจล้มเหลวปัญหานี้จะทำให้เกิดปัญหาต่อสังคมในภายหลัง บทบาทของธุรกิจมีมากกว่าการผลิตหรือการขายสินค้า นอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎหมายแล้วธุรกิจจะต้องมีจิตสำนึกด้านศีลธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนมีส่วนร่วมในโครงการมนุษยชาติ เพื่อที่จะเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsibly Corporate Systems) ธุรกิจต้องเรียนรู้ว่าจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ถือหุ้น โดยเฉพาะกลุ่มสำคัญที่มีอิทธิพล ผู้ที่มีผลประโยชน์ในองค์การและกลุ่มที่มีความกดดันที่สำคัญต่อธุรกิจ

4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในปัจจุบันจำเป็นต้องมีกลไกทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการติดต่อสื่อสาร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวต้องมีความเข้าใจถึงประโยชน์ กระบวนการใช้และการบริหารจัดการอย่างครบวงจร จึงจะเกิดประสิทธิภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555, น.3) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีไว้ว่า ควรคำนึงถึงค่านิยมด้านศีลธรรม (Model Values) อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ธุรกิจจะต้องมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความร่วมมือในการหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี

การบริหารจัดการการใช้เทคโนโลยี เพื่อการท่องเที่ยวจะเกิดประโยชน์สูงสุด ถ้าหากผู้ใช้มีเจตจำนงแน่วแน่ที่จะนำมาใช้เพื่อธุรกิจที่มีคุณค่าไม่นำเทคโนโลยีมาใช้ในทางลบหรือก่อให้เกิดความสูญเสียด้วยประการทั้งปวง

จิรา บัวทอง (2550, น.5) ได้กล่าวถึง ปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีทางการสื่อสารได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลที่ช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยวได้ได้สะดวก รวดเร็ว เช่น การสำรองการเดินทางในเรื่องของตั๋วเครื่องบิน รถเช่า รถไฟ โรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง

2. ระบบการคมนาคมจะมีความสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วและมีราคาถูก

3. จะมีการนำเอาวิศวกรรมขั้นสูงมาใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น โรงแรมใต้้น้ำ การท่องเที่ยวสู่อวกาศ

มินนีและเมสัน (Milne and Mason, 2000, p.15) สรุปว่า ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการบิน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นับได้ว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การใ้สมิตินแนวคิดด้านเทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้มีผู้สนับสนุนอย่างมากในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในการท่องเที่ยว การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้น่าจะช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น WWW จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) สามารถนำประโยชน์นำความรู้มาสู่ชุมชนแต่ละชุมชนได้ถ้าหากมีการใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม เพราะว่าเทคโนโลยีสามารถสร้างเครือข่ายให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล

อย่างที่ได้อีกกล่าวว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้นั้น สิ่งที่ทำเป็นอย่างหนึ่งคือ รู้ถึงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของทุกๆ ฝ่าย ดังนั้นหากเทคโนโลยีสามารถเข้ามาช่วยสร้างเครือข่ายการติดต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพก็นับได้ว่าเทคโนโลยีน่าจะมีส่วนอย่างมากในการพัฒนาให้การท่องเที่ยวยั่งยืนได้ นอกจากเทคโนโลยีจะสามารถช่วยสร้างเครือข่ายในการสื่อสารแล้ว เทคโนโลยียังถือเป็นสื่อทางการตลาดที่สำคัญสื่อหนึ่งในปัจจุบันซึ่งใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นให้ได้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต

สรุป จากสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทำให้ทราบว่าประเทศไทยที่กำลังก้าวเข้าสู่การแข่งขันในเวทีโลกและอยู่ในกระแสของโลกาภิวัตน์ ภายใต้อิทธิพลของข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยจะต้อง

ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ที่ต้องปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้นย่อมส่งผลต่อการศึกษาของประเทศเป็นสำคัญ ด้วยเหตุที่ว่า แรงขับเคลื่อนของทุกส่วนล้วนมาจากการที่ประชาชนมีการศึกษาที่ดี การให้การศึกษาแก่ประชาชน จะเป็นเครื่องมือของความไม่รู้ การเพิ่มศักยภาพด้านสติปัญญาให้กับประชาชนให้สามารถรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงไม่ว่าทางด้านใดก็ตาม จะส่งผลทำให้ประชาชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง ให้ก้าวเข้าสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศซึ่งขึ้นอยู่กับ ศักยภาพของประชาชนในชาติ สังคมปัจจุบันจะต้องก้าวเข้าสู่สังคมที่ใช้ความรู้เป็นฐาน เป็นสังคม แห่งการเรียนรู้ เพราะมีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา หากประชาชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ และมีค่านิยมเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ก็จะไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและตกเป็นผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบทางสังคม

การศึกษาของประเทศจะอยู่ในทิศทางใด ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม โดยรวมโดยเฉพาะด้าน เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแส ซึ่งสามารถกำหนดทิศทางของธุรกิจการท่องเที่ยวได้ ทั้ง ในส่วนของระบบการศึกษา รูปแบบการจัดการศึกษาที่ก้าวไกลออกจากห้องเรียนไปสู่สังคมในโลก ของเทคโนโลยีและระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายสื่อสารและการเรียนรู้ที่กว้างขวาง เชื่อมต่อและ ย่อโลกให้เล็กลง ทำให้การศึกษาของโลกเล็กตามลงด้วย การศึกษานำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาได้เป็นอย่างดี การพัฒนาการเรียนการสอนโดยผ่านระบบทางไกล ทำให้เพิ่มช่องทางการเรียนรู้ของประชาชน ไม่จำกัดเฉพาะในห้องเรียนอีกต่อไป การนำเทคโนโลยี สารสนเทศ ระบบเครือข่ายมาใช้ประโยชน์ทางการศึกษาและทางธุรกิจทุกรูปแบบ โดยเฉพาะธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคต ซึ่งมีแนวโน้มการ ใช้มากยิ่งขึ้นเป็นลำดับ

3. สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Politics)

การเมืองการปกครองของประเทศไทยมีการพัฒนามาเป็นลำดับ โดยมุ่งเน้นการให้ โอกาสแก่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3.1 ภาวะปัจจุบันด้านการเมือง

การเมืองในประเทศไทยมีลักษณะความเป็นประชาธิปไตย โดยมีพรรคการเมือง ใหญ่ 2 พรรคที่เป็นคู่แข่งทางการเมืองตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการชุมนุมประท้วงกันอยู่ เนื่องๆ ทำให้เสียบรรยากาศการท่องเที่ยวไปบ้าง แต่พอสถานการณ์คลี่คลายการท่องเที่ยวก็กลับมา คึกคักอีกครั้งหนึ่ง

อีวานน่า โลการ์ (Ivana Logar, 2010, p.125-135) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางการเมือง ในส่วนของนโยบายการเมืองโดยรวมไว้ดังนี้

นโยบายทางการเมืองที่เอื้อต่อการเดินทางและแลกเปลี่ยนข่าวสาร เช่น มีระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจต่อความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกัน ทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาดและการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกัน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ไบรด์และคาร์ดินีส (Brid and Cardinesse , 2006, p.119) สรุปว่า สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น ความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงปลอดภัยส่งผลให้เกิดการเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้ามสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม ไรก็ดีสภาพแวดล้อมทางการเมืองก็ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือทำการตลาดอย่างไม่หยุดยั้งและวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและการใช้เทคโนโลยี

3.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในปัจจุบันธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้รับความนิยมนำมาใช้ในการเมืองกับการท่องเที่ยว ถ้าหากมองในส่วนของปัญหา พบว่า มีการเมืองเข้ามาแทรกแซงอยู่เสมอทั้งในระดับประเทศ ระดับองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมูลค่ามหาศาล การดำเนินการ การบริหารจัดการส่วนหนึ่งจะมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นช่องว่างให้เกิดการกระทำผิดขึ้นเรื่อยๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553, น.14) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลกำกับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐมาโดยตลอด ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เกิดจากตัวบุคคลมากกว่าระบบการจัดการ ผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงชื่อเสียงของประเทศ การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยการรักษาภาพลักษณ์ให้ดีตลอดไป มาตรการหนึ่งที่ต้องนำมาใช้คือการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากบุคคลบางกลุ่มอาศัยการท่องเที่ยวเป็นฉากบังหน้าเพื่อทำธุรกิจที่ผิดกฎหมาย เช่น การค้ายาเสพติดข้ามชาติ การค้าประเวณี เป็นต้น ซึ่งสร้างความเสื่อมเสียให้กับประเทศชาติอย่างใหญ่หลวง

การพัฒนาด้านการเมืองการปกครองของประเทศไทยมีลักษณะแบบค่อยๆ ถึงแม้ว่าจะมีการคอร์รัปชัน ความไม่โปร่งใสในการทำงานของภาครัฐ แต่ก็เกิดองค์การที่ทำการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจระหว่างรัฐกับประชาชนเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลข่าวสารที่ส่งถึงกัน ได้อย่างรวดเร็วทำให้การคอร์รัปชันดำเนินไปได้ยากขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่เดียวกันพัฒนาการของการคอร์รัปชันก็

ซับซ้อนขึ้นด้วยเช่นกัน แต่ประชาชนที่มีการศึกษาเข้าใจถึงระบบการเมืองการปกครอง มากขึ้นทำให้เกิดการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา ผ่านทางองค์กรต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำให้การเมืองการปกครองโปร่งใส ซื่อสัตย์และยุติธรรม ยิ่งไปกว่านั้น การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อการเมือง กล่าวคือช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ ในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านการเงิน การวิจัย การพัฒนาและการจัดการประชุมร่วมกันระหว่างประเทศอยู่เสมอๆ เป็นการช่วยสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศให้ดียิ่งขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย คอม แคมพิรานอล (Kom Campiranon, 2009, p.51)

นวนน้อย ตริรัตน์, สมคิด เลิศไพฑูรย์และคณะ (2544, น.187) พบว่า แม้ว่าจะได้มีการกำหนดกรอบกติกาและวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของท้องถิ่นไว้ในรัฐธรรมนูญ กฎหมาย กฎระเบียบหรือประกาศ ที่มีผลบังคับใช้ทางกฎหมายไว้หลายช่องทาง แต่ในความเป็นจริงระดับการมีส่วนร่วมดังกล่าวยังอยู่ในระดับที่ต่ำ โดยการมีส่วนร่วมยังค่อนข้างจำกัดอยู่ในเรื่องการรับรู้ข่าวสารข้อมูลเป็นหลัก การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบาย หรือการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลยังมีระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งมิสาเหตุจาก ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนค่อนข้างห่างเหิน โดยมีแนวโน้มว่าองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวนหนึ่งกำลังพัฒนาตนเองเข้าสู่การเป็นระบบราชการมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ต่อประชาชนที่จะเลวร้ายลง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลกับกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือระดับชาติมีค่อนข้างสูง โดยความสัมพันธ์นี้อาศัยความเป็นเครือญาติ เพื่อนฝูงและห้วกะแนน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลและนักธุรกิจค่อนข้างสูง อยู่ในลักษณะพึ่งพาและแบ่งปันผลประโยชน์และความสัมพันธ์ระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลและกลุ่มข้าราชการ เนื่องจากรัฐยังยึดถือบทบาทในการกำกับดูแลและการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล จึงพบว่าอิทธิพลของข้าราชการต่อองค์การบริหารส่วนตำบลยังคงอยู่ในระดับสูง ความสัมพันธ์ดังกล่าวก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่โปร่งใสของการดำเนินงานของท้องถิ่น ปัญหาการทุจริต คอร์รัปชันและระบบอุปถัมภ์ยังก่อให้เกิดการไม่กล้าเข้าไปตรวจสอบหรือร้องเรียนแม้ว่าจะพบพฤติกรรมที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

3.3 ปัญหาสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในปัจจุบันปัญหาสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมเป็นปัญหาขึ้นที่พบเห็นในทุกภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จากสถานการณ์ทางการเมืองที่มีการชุมนุม ประท้วง ก็ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมได้หลายแห่ง โบราณสถาน สถานที่สำคัญ วัดและสิ่งแวดล้อม โดยรวมเกิดความเสียหายจากสถานการณ์การเมืองที่สับสนวุ่นวาย อาทิ ขยะมูลฝอย ความแตกหักของอาคารสถานที่สำคัญๆ การ

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะวัดที่สำคัญจะอยู่ในบริเวณที่มีการชุมนุม ประทับ ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงัก นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจและรู้สึกไม่ปลอดภัย ทำให้อาจตัดสินใจยกเลิกการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

การแก้ไขของภาครัฐคือเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนี้

3.4 ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554, น.78) ได้รวบรวมปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการกระทำของธรรมชาติและ การกระทำของมนุษย์ควบคู่กันไป สาเหตุของปัญหาเกิดขึ้นได้หลายประการ พอสรุปได้ดังนี้

3.4.1 ภัยธรรมชาติ ส่วนมากจะทำความเสียหายให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติภัยธรรมชาติ ได้แก่

3.4.1.1 ไฟป่า เกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ จากฝีมือของมนุษย์และเกิดจากธรรมชาติจริงๆ ไฟป่าเกิดจากฝีมือมนุษย์ประมาณร้อยละ 90 และเกิดจากธรรมชาติ เช่น ไฟผ่าหรือไม้เสียดสีกัน ร้อยละ 10

3.4.1.2 ความแห้งแล้ง น้ำท่วม ภัยเหล่านี้ทำให้แหล่งท่องเที่ยวแปรสภาพหรือชำรุดทรุดโทรม

3.4.1.3 พายุ ทำให้เกิดลมพัดแรง โคนล้มทำลายทรัพยากรธรรมชาติและทำให้เกิดฝนตกหนัก น้ำท่วม

3.4.1.4 แผ่นดินไหว ทำให้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว หักพังหรือถูกโคลนล้มทำลาย

3.4.2 จากการพัฒนาประเทศ เช่น การสร้างเขื่อน สร้างถนนหรือสาธารณูปโภคอื่นๆ บางครั้งกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ทำให้เกิดน้ำท่วมหลังสันเขื่อน แหล่งท่องเที่ยวจมอยู่ใต้น้ำ การก่อสร้างอาคารสูง โกสัโบราณสถานทำให้เกิดผลเสียทางด้านทัศนียภาพและเป็นการลดคุณค่าของโบราณสถานให้หมดความสำคัญ เมื่อเทียบกับสิ่งก่อสร้างใหญ่โตกว่า

3.4.3 การแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เช่น การลักลอบจำหน่ายโบราณวัตถุ การลักลอบขุดสิ่งของมีค่าจากโบราณสถาน การบุกรุกพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ฯลฯ

3.4.4 การขาดงบประมาณทำให้การดูแลรักษาไม่ทั่วถึง ก่อให้เกิดปัญหาการบุกรุกแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาการขาดการบำรุงรักษาและปัญหาอื่นๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาการขาดงบประมาณ ยังส่งผลกระทบต่ออาคารแกลนเจ้าหน้าที่ซึ่งดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

3.4.5 ความไม่เข้าใจและการขาดความสำนึกของประชาชน ทำให้ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดปัญหาการบุกรุกทำลายได้ง่าย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ศึกษาสาเหตุของปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมในประเทศไทย พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม 172 แห่ง กระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ 49 จังหวัด ทุกภาคของประเทศไทย (ททท., 2550, น.8) แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมดังกล่าวแล้วเกิดจากสาเหตุของปัญหาต่อไปนี้

3.4.5.1 ปัญหาด้านกายภาพ เกิดจากการบุกรุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สภาพภูมิทัศน์และทรัพยากรท่องเที่ยวถูกทำลาย ความทรุดโทรมของอาคารและสิ่งปลูกสร้างในแหล่งท่องเที่ยวเดิม สภาพการคมนาคม ไม่สะดวกทำให้เกิดอุปสรรคในการเข้าถึง

3.4.5.2 ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น การขาดแคลนหรือความไม่เพียงพอของไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ถังขยะ บริเวณจอดรถ ฯลฯ

3.4.5.3 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาที่เกิดจากการขาดระบบการจัดการในสิ่งที่ก่อให้เกิดมลภาวะของแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางอากาศ เสียงรบกวน ขยะและสิ่งปฏิกูล

3.4.5.4 ปัญหาด้านสวัสดิการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

3.4.5.5 ปัญหาด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมบางอย่างในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การกักขังสัตว์ป่าในกรงหรือการแสดงของคนร่วมกับสัตว์ ในแหล่งท่องเที่ยวพฤติกรรมดังกล่าวเป็นการฝ่าฝืนกฎธรรมชาติของสัตว์ป่า

3.4.5.6 ปัญหาด้านนโยบายและการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวมีหลายหน่วยงานเป็นผู้ดูแลรักษา เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากร กรมศาสนา กรมชลประทาน ฯลฯ นโยบายและการจัดการต่อแหล่งท่องเที่ยวบางหน่วยงานอาจแตกต่างกันและขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าใจและมีเป้าหมายตรงกัน นโยบายบางอย่างจึงก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานของรัฐที่มีสาเหตุมาจากการเมือง เช่นการบริหางานของกรุงเทพมหานครกับกระทรวงต่างๆ หรือหน่วยงานของรัฐและเอกชน ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ เขตสงวนรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ก็ยังเป็นปัญหาขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกับกรมป่าไม้และนักอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติ เพราะการท่องเที่ยวในสถานที่ดังกล่าว ถ้าไม่มีการควบคุมและจำกัดปริมาณย่อมส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือระบบนิเวศในเขตนั่นๆ

จิรา บัวทอง (2550, น.5) บัญญัติทางการเมืองที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. อัตราเหตุการณ์การก่อการร้ายที่มีมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความวิตกกังวลและรู้สึกว่าการปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวมีน้อยลง นอกจากนี้ขั้นตอนการขออนุญาตเดินทางเข้าประเทศและพิธีการตรวจคนเข้าเมืองก็จะมีมากขึ้นและอาจมีขั้นตอนมากขึ้นในการตรวจสอบมากขึ้นก่อนการขึ้นเครื่องบิน

2. การเปิดประตูของจีน ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนหลั่งไหลออกนอกประเทศเป็นจำนวนมากและย่อมส่งผลต่อการพัฒนาจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก

4. สภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย (Law)

ทุกประเทศทั่วโลกที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งกฎหมายแต่ละประเทศต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของประเทศนั้น

ทวีวงศ์ ศรีบุรี (2549, น.8) ได้สรุปเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยรวมว่า กฎหมายในประเทศไทยมีความสลับซับซ้อน โดยเฉพาะกฎหมายเกี่ยวกับที่ดิน ได้แก่ กฎหมายการถือครองที่ดินและกฎหมายการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดิน บางฉบับมีความเกี่ยวข้องกับโบราณสถาน วัดและสถานที่สำคัญๆ หลายแห่ง บางครั้งความไม่ชัดเจนของกฎหมายก่อให้เกิดโทษอย่างมหาศาลและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่เป็นตัวพระราชบัญญัติต่างๆ ออกบังคับใช้อย่างมากมายที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์ (2550, น.4) ได้ระบุว่า กฎหมายที่ดิน ประกอบด้วย

1. พ.ร.บ. การปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม พ.ศ. 2518
2. พ.ร.บ. การวางผังเมือง พ.ศ. 2518
3. พ.ร.บ. การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522
4. พ.ร.บ. การเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2524
5. พ.ร.บ. การกำหนดเขตจังหวัดในอ่าวไทยตอนใน พ.ศ. 2524
6. พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2502
7. พ.ร.บ. ควบคุมการเช่าเคหะและที่ดิน พ.ศ. 2522
8. พ.ร.บ. ควบคุมและดำเนินการธุรกิจทำเหมืองแร่ทองคำ พ.ศ. 2483
9. พ.ร.บ. จัดรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2517
10. พ.ร.บ. จัดวางการรถไฟและทางหลวง พ.ศ. 2517

11. พ.ร.บ. ที่ราชพัสดุ พ.ศ. 2518
12. พ.ร.บ. ทางหลวงที่ไ้ได้รับสัมปทาน พ.ศ. 2473
13. พ.ร.บ. โบราณสถานโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2500
14. ประมวลกฎหมายที่ดิน
15. พ.ร.บ. ป่าไม้ พ.ศ. 2484
16. พ.ร.บ. ป่าสงวนแห่งชาติ พงศ. 2507
17. ปว. 286 การจัดสรรที่ดิน
18. ปว. 290 การทางพิเศษ
19. ปว. 295 ทางหลวง
20. ปว. 316 การเคหะแห่งชาติ
21. พ.ร.บ. พัฒนาที่ดิน พ.ศ. 2526
22. พ.ร.บ. ภาษีบำรุงท้องที่ พ.ศ. 2508
23. พ.ร.บ. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน พ.ศ. 2475
24. พ.ร.บ. แร่ พ.ศ. 2510
25. พ.ร.บ. ว่าด้วยการเวนคืนอสังหาริมทรัพย์
26. พ.ร.บ. อุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504
27. พ.ร.บ. อาคารชุด พ.ศ. 2522

กฎหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554, น.138) ได้นำเสนอเกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยวดังนี้
 กฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนและด้วยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการสั่งการทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายต่างๆ เพื่อรองรับการดำเนินการดังกล่าวและให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ตระหนักและถือปฏิบัติตามกฎหมายที่บังคับใช้ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและพัฒนาให้การท่องเที่ยวให้เติบโตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ต่อไป

1. กฎหมายเกี่ยวกับองค์กรที่ดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไป

1.1 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.2 พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้น

1.3 พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 เป็นกฎหมายที่กำหนดให้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและอื่นๆ

1.4 พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ถึง พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

2. กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว

2.1 พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2523 และ พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าออกประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยว

2.2 พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2496 ถึง พ.ศ. 2548 เป็นกฎหมายเกี่ยวกับการนำของเข้า ส่งของออกราชอาณาจักร การเสียภาษีตามอัตราศุลกากรของนักท่องเที่ยว

3. กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

3.1 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองดูแลรักษาและจัดการอุทยานแห่งชาติ

3.2 พระราชบัญญัติสงวนสัตว์ป่าและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสงวนพันธุ์สัตว์ป่าและคุ้มครองสัตว์ป่าโดยคณะกรรมการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่าแห่งชาติ

3.3 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2528 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดูแลพื้นที่บริเวณที่เป็นป่าสงวน

3.4 พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2525 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

3.5 พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510 พ.ศ. 2522 พ.ศ. 2534 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจและทำเหมืองแร่

3.6 ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2520 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจและทำสำมะโนที่ดิน

3.7 พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและอนุรักษ์ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม

3.8 พระราชบัญญัติรักษาคคลอง ร.ศ. 121 เป็นกฎหมายที่จัดการดูแลรักษาพื้นที่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

3.9 พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นทะเบียน โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

3.10 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียงและอื่นๆ

3.11 พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่ควบคุมดูแลกิจกรรมต่างๆ ของคณะสงฆ์

3.12 พระราชบัญญัติสุสานและสถาปนสถาน พ.ศ. 2528 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยกำหนดให้มีการเผาศพหรือฝังศพในสุสาน

3.13 พระราชบัญญัติว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวงโรมันคาทอลิกในกรุงสยามตามกฎหมาย ร.ศ.128 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการที่จะให้มีมิชซังกรุงเทพและมิชซังหนองแสงถือที่ดินเพื่อก่อตั้งวัดบาทหลวง

3.14 พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. 2409 และ พ.ศ. 2528 จัดควบคุมและดูแลด้านการประมง

3.15 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2512 ควบคุมการสร้างโรงงานและจัดการโรงงาน

3.16 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชาวมือง พ.ศ. 2535 ควบคุมดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่ต่างๆ

3.17 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2543 ควบคุมการก่อสร้างอาคารบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

4. กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว

4.1 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535

4.2 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2527

4.3 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546

4.4 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

4.5 พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2544

4.6 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535

4.7 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2544

4.8 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2548

4.9 พระราชบัญญัติคุ้มครองส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542

4.10 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541

- 4.11 พระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543
- 4.12 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2546
- 4.13 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2542
- 4.14 พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2547
- 4.15 กฎหมายว่าด้วยทางหลวงตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 259 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515
- 4.16 พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย
- 4.17 พระราชบัญญัติการเดินเรื่อน่านน้ำไทย
- 4.18 พระราชบัญญัติเรือไทย
- 4.19 พระราชบัญญัติเรือโค่นกัน
- 4.20 พระราชบัญญัติการเดินอากาศ
- 4.21 พระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

สรุป สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายของไทย ส่วนใหญ่จะเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมาก กล่าวคือไม่ค่อยเข้มงวดเกินไปอย่างไรก็ดี กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ก็ยังจำเป็น เพราะนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากและหลากหลาย หากปล่อยปละละเลยมากเกินไป ก็จะส่งผลเสียในระยะยาว ในส่วนที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อน ก็อาจปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแก่นักท่องเที่ยว

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (Factors Favorable Characteristics of tourists)

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 5 ตัว ดังนี้ คือ 1.เพศ 2.อาชีพ 3.รายได้ 4.ถิ่นที่อยู่ 5.แรงจูงใจ

วัชรารักษ์ รัชชศรี (2551, น.44) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. เพศ (Gender)

นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวปัจจุบันนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีทั้งเพศหญิง เพศชาย เด็ก ผู้สูงอายุ โดยที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะความพึงพอใจ ความต้องการของนักท่องเที่ยวเอง โดยที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะค่าบริการที่กำหนดไว้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวนี้อาจพิจารณาที่ตัวนักท่องเที่ยวเอง เพราะนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและระดับโลก

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวในยุคของโลกไร้พรมแดน พบว่า นักท่องเที่ยวยุคนี้เป็นกลุ่มบุคคลที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ (ศรีประภา ชัยวรวัฒน์, 2545, น.12 อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ สมสุข, 2554, น.39)

1.1 มีความประสงค์ที่จะมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เช่น การพบปะพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การสร้างมิตรไมตรีร่วมกันกับคนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

1.2 เป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียน ถือว่าคุณค่าของการเรียนรู้ช่วยเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต การเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของผู้คน มีความรู้ทางธรรมชาติวิทยาและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นๆ

1.3 มีความประทับใจในสุนทรียภาพ สุนกสนาน ตื่นเต้น ซาบซึ้งและมีความทรงจำที่ดี กลุ่มที่ชอบวัฒนธรรมจะมีความสนใจเป็นพิเศษในการเยี่ยมชม โบราณสถาน การแสดงพื้นบ้าน คนตรีพื้นบ้านและการเรียนรู้การประกอบอาหาร เป็นต้น

1.4 มีความอดทน คำนึงถึงคุณภาพชีวิต สุขอนามัย ที่พักสะอาด อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย

2. อาชีพ (Occupation)

นักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยบุคคลทุกสาขาอาชีพ ส่วนใหญ่ มีอาชีพที่มั่นคง ต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทาง มีการประกันชีวิตและทรัพย์สินก่อนการเดินทาง มีความอ่อนไหว เปราะบาง มีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่า คุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ห่วงใยต่อการเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสภาพสิ่งแวดล้อม (วัชรภรณ์ รัชย์ศรี, 2551, น.44)

3. รายได้ (Income)

กิตติศักดิ์ สมสุข (2554, น.42) ได้เสนอว่า รายได้ที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยว สามารถกำหนดรูปแบบของการเดินทางและในส่วนของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้ มีตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทยที่ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวได้คือเน้นในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากพบว่า นักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้สูงจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างมากในทางบวก การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวสูง จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครได้ นอกจากนี้การส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง โดยการพิจารณากลุ่มอาชีพ พบว่า

ควรเลือกกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มแม่บ้านและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวสูง

เนื่องจากการไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้จ่ายเงินค่อนข้างสูง ลูกค้ายกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ดี มีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 2 ครั้ง และมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง นอกจากนี้สำหรับกลุ่มคนไทย ความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนในครอบครัวมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าการท่องเที่ยว ผู้เป็นเจ้าของสินค้าการท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของตน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มคนในครอบครัว ซึ่งมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของคนไทย (ณัฐกานต์ โรจนุดมะ, 2542, น.6)

สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับค่านิยม พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งค่านิยมดังกล่าวประกอบด้วยค่านิยมในการไปซื้อสินค้าของที่ระลึกเมื่อไปเที่ยวต่างประเทศและค่านิยมในการไปท่องเที่ยวประเทศที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป

นอกจากนี้ในด้านบุคลิกภาพยังพบว่า บุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย โดยมีบุคลิกภาพอยู่ 2 ประการ คือ ลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้สะดวกและลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบพักในที่พักที่มีมาตรฐานและอยู่ใกล้กับแหล่งช้อปปิ้งและร้านอาหารซึ่งลักษณะส่วนบุคคลทั้ง 2 ประการแสดงให้เห็นว่า คนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย (ทนายาท กิตติกุล, 2550, น.132)

4. ดินที่อยู่ (Domicile)

ดินที่อยู่อาศัย มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะดินที่อยู่มีทรัพยากรที่หลากหลาย ประเด็นที่ควรให้ความสนใจ คือ หากคนในท้องถิ่นจัดการการท่องเที่ยวและพัฒนากการท่องเที่ยว ทั้งรูปธรรมและนามธรรมให้สอดคล้องกับ คุณสมบัติของนักท่องเที่ยว สิ่งที่จะเกิดขึ้นคือนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก แต่หากพยายามพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจนทำลายสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมผลลัพธ์ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจะปฏิเสธการมาเที่ยวซ้ำและนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาเที่ยวก็จะปฏิเสธการมาเที่ยวด้วย เนื่องจากได้รับข้อมูลจากผู้มาเที่ยวสื่อต่างๆ นักท่องเที่ยวสมัยใหม่มีการเตรียมการ เพื่อการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาจากหนังสือหรือคู่มือการท่องเที่ยว ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต อีเมลล์และอีคอมเมิร์ซ การจองการเดินทางโดยอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ โทรสาร

สิ่งที่น่าสังเกตคือ หากเจ้าของสถานที่จัดตั้งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทั้งรูปธรรมและนามธรรมให้สอดคล้องกับ วิธีการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลที่คาดว่าจะเป็นคือ นักท่องเที่ยวจะวางแผนท่องเที่ยวล่วงหน้าเพื่อสนองต่อความต้องการของตน

ซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจ นอกจากนี้ถ้าในแหล่งท่องเที่ยวหรือถิ่นที่อยู่มีบริการต่างๆ เช่นคู่มือการท่องเที่ยว เจ้าของสถานที่หรือเจ้าของประเทศที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวก็จัดทำคู่มือขึ้นหรือกรณีนักท่องเที่ยวชอบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตหรืออาจจะมีการซื้อขายสินค้าผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ซึ่งทำให้เกิดความโปร่งใสในการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Price Transparency) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวทั่วโลกมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ถึง 82 % (นิศา ชัชกุล, 2550, น.48) เจ้าของสถานที่เจ้าของถิ่นหรือเจ้าของประเทศที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวมีเว็บไซต์ (Website) ที่ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีจะช่วยสร้างความประทับใจและยังเป็นการแสดงความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

5. แรงจูงใจ (Motivation)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบหลักสำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการและความพร้อมในด้านต่างๆ จุดประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว คือการเดินทางไปให้ถึงจุดหมายปลายทางตามที่นักท่องเที่ยวตั้งใจไว้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง ได้แก่ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ การเดินทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพโดยวิธีใดๆ นั้น จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทั้งสภาพยานพาหนะที่ใช้เดินทางและระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง ต้องมีความปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วย ความเรียบร้อย รวมทั้งการประหยัด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้นเช่นกัน (อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล, 2546, น.190)

การเดินทางท่องเที่ยว อาจมาจากปัจจัยภายใน (Endogenous Factor) ที่เป็นส่วนหนึ่งของการตลาด เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว (ประสพพร พุ่มพวง, 2545, น.15)

การท่องเที่ยวในอนาคต จะต้องมีการดำเนินการโดยเน้นด้านตลาด ด้านสิ่งแวดล้อม มีการวางกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว ตั้งแต่รายการท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ การสื่อสารและช่องทางในการส่งข่าวสารให้นักท่องเที่ยว รวมถึงควรนำเสนอรายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมอย่างทั่วถึง การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีความสอดคล้องกันระหว่างภาพลักษณ์กับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ด้วย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้และสนใจในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี ความมีมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของประเทศกับผู้มาเยือน อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสามัคคีระหว่างคนในท้องถิ่น เพราะต้องช่วยกันอนุรักษ์และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม จึงช่วยให้สภาพแวดล้อมของท้องถิ่นพัฒนายิ่งขึ้น รวมทั้งป้องกันแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด ปลอดภัยและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนนั่นเอง อีกประการหนึ่งคือการท่องเที่ยวยังช่วยขจัดปัญหาความแตกต่าง ความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท ช่วยลดการเคลื่อนย้ายอพยพเข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ ช่วยให้ประชาชนในท้องถิ่นใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในการผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก เป็นการสร้างอาชีพเสริมหารายได้จุนเจือครอบครัวเพิ่มอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณีการอนุรักษ์และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและของชาติ

นอกจากคุณสมบัติหลัก ในด้านค่าใช้จ่าย เวลาและความตั้งใจในการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้ว ในประเทศไทยยังพบคุณสมบัติของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลเกี่ยวข้องกับความต้องการท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มอีกคือ เพศ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่ แรงจูงใจ

ตัวอย่างงานวิจัยในประเทศไทย เช่น การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน (ศรีประภา ชัยวรรณ, 2545, น.2)

อายุต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวม ด้านการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันและระดับการศึกษาแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวม ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน (ประสพพร พุ่มพวง, 2545, บทคัดย่อ)

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ไม่น้อยกว่า 1,000 US\$ ต่อเดือน ส่วนแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้รับจากเพื่อน ญาติ มากที่สุดและมีความเพียงพอแก่ความต้องการนักท่องเที่ยว (ธีระวิทย์ พรายแยม, 2544, น.139)

เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ, 2538 อ้างถึงใน ประสพพร พุ่มพวง, 2545, น.22) วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยวและการตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่ง ต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้ จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และ ขนาดของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อยหรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไม่ไกล เวลาสั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สรุป คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวกับเพศ ส่วนใหญ่จะมีทั้งเพศหญิง เพศชาย ซึ่งมีความต้องการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ด้านอาชีพ มีความหลากหลาย ด้านรายได้ ผู้มีรายได้สูงมีสิทธิ์เลือกบริการได้มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ ด้านถิ่นที่อยู่ เป็นการอนุรักษ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ด้านแรงจูงใจเกิดจากความต้องการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวมถึงเวลาที่มาท่องเที่ยวด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นอกจากแนวคิด ทฤษฎีดังกล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยยังได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนการศึกษาในเรื่องนี้ ดังนี้

วัชรภรณ์ รัชชปศรี (2551, น.3) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์กรุงเทพมหานคร ได้สรุปถึงปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ 1. ด้านการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ อาชีพและรายได้ 2. ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ อายุและรายได้ 3. ด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพและรายได้ 4. ด้านรูปแบบการเดินทาง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ 5. ด้านระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ 6. ด้านที่พัก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ 7. ด้านงบประมาณ ได้แก่ สัญชาติ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

หรรษา มีมงคลกุลดิลก (2551, น.14) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของภาครัฐและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมในชุมชนแขวงสมเด็จพระยา เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร สรุปว่า 1. ชุมชนแขวงสมเด็จพระยามีปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมหลายประการ แต่ยังพบปัญหาที่รอการแก้ไขจากหน่วยงานภาครัฐและ

ชุมชนอยู่หลายประการด้วยเช่นกัน 2. การมีส่วนร่วมของภาครัฐและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมในชุมชนแขวงสมเด็จเจ้าพระยา แบ่งเป็น 4 รูปแบบ คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ วางแผน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในการประเมินผล 3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมในชุมชนแขวงสมเด็จเจ้าพระยา ได้แก่ ควรส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกรักท้องถิ่นให้กับคนในชุมชนมากขึ้น หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่โดยรอบชุมชนให้มีความเหมาะสมต่อการเรียนรู้ ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนให้ชัดเจน ส่งเสริมเส้นทางพื้นที่ใกล้เคียง ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและเพิ่มการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวให้กว้างขึ้น พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นและกำหนดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้บริการอย่างมีคุณภาพ

ประหยัด ตะคอนทรัพย์ (2544, น.2) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดริมน้ำคอนหาวย จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยสำคัญของตลาดน้ำคอนหาวยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ รสชาติอาหารและความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว คือ ปัญหาด้านบริการการท่องเที่ยวและเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำธรรมชาติ ในด้านปัญหาการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรชุมชน ได้แก่ การขาดการบริหารจัดการที่ดี การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาการจัดเก็บผลประโยชน์ ปัญหาด้านงบประมาณ การขาดประสานงานกับองค์กรอื่นๆ และปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน โดยผู้วิจัยได้เสนอแนะการจัดการองค์การในการแก้ปัญหาให้องค์กรบริหารส่วนตำบลบางกระทึก ร่วมกับคณะกรรมการที่ได้รับการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย เป็นองค์กรดำเนินงาน โดยการออกข้อบังคับและระเบียบที่ชัดเจนใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการและยังได้เสนอแนะให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวข้างเคียงรวมทั้งวางแผนการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสมดุลของสภาพแวดล้อมตามหลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

มยุรี สุกังคนาซ (2545, น.98) ทำการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการอนุรักษ์วัดในชุมชนริมคลองอ้อมจังหวัดนนทบุรี โดยมุ่งศึกษาบุคคล 3 กลุ่ม คือ บุคคลทั่วไปในชุมชน กลุ่มของครูอาจารย์ พระสงฆ์ในพื้นที่และกลุ่มของบุคคลภายนอกพื้นที่ศึกษา อาทิ ข้าราชการ นักวิชาการ อาจารย์นักศึกษา เป็นต้น โดยพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงของลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับชุมชน ค่านิยมและทัศนคติในการอนุรักษ์

โบราณสถานและคุณค่าความสำคัญของตัวโบราณสถาน รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาในประเทศไทย เพื่อให้เห็นถึงข้อดีของการมีส่วนร่วม พบว่า คนในชุมชนไม่ได้มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการอนุรักษ์โบราณสถานของตน รวมทั้งการที่ชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักในการเป็นเจ้าของ ดังนั้นแนวทางการอนุรักษ์โบราณสถานนั้น ควรให้ความสำคัญกับคนในชุมชนด้วย เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก สร้างความสามารถเบื้องต้นในการดูแลรักษาสภาพของโบราณสถานและการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกำหนดแนวทางการอนุรักษ์โบราณสถานในระดับชุมชนของตนเองอันเป็นการสนองต่อนโยบายการกระจายอำนาจและเสริมสร้างศักยภาพให้กับชุมชนได้สามารถดูแลรักษาและบริหารจัดการ โบราณสถานของตนเอง

ฉัตรชัย คิ้วจาด (2545, น.3) ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาความคิดเห็นชุมชนคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี พบว่าประชาชนริมคลองบางกอกน้อยมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยได้เสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศและหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการจัดตั้งองค์กรท้องถิ่น เช่น ชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยดูแลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งให้ประชาชนเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น โดยเริ่มจากการปลูกฝังจากครอบครัวให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้นำชุมชนต้องเป็นผู้นำในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

สุชาดา นิ่มหิรัญวงษ์ (2544, น.127) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมชุมชนในฐานะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ศึกษากรณีแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐและนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ชาวบ้านปราสาทมีวัฒนธรรมดั้งเดิมซึ่งปรากฏตามหลักฐานทางโบราณคดีเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักที่ทำให้บ้านปราสาทมีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำหน้าที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวที่บ้านปราสาท รวมทั้งเป็นสัญลักษณ์สะท้อนให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าใจวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทในอดีต และมีวัฒนธรรมปัจจุบัน 3 ด้านคือ ด้านการผลิต ความเชื่อ การอยู่ร่วมสัมพันธ์กัน เป็นวัฒนธรรมรองทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนส่วน

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเห็นว่าบ้านปราสาทมีหลุมขุดค้นทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่สุด การพัฒนาการท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทต้องอาศัยพื้นฐานวัฒนธรรมเป็นหลัก ดังนั้นชาวบ้านควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของชุมชน โดยเน้นให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

อุบลทิพย์ ตั้งมั่น ภูวคล (2546, น.191) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า

1. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติและเพื่อการให้รางวัลกับชีวิต

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชายทะเลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแยกผลการวิจัยดังนี้

3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกและค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. อายุ เป็นสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงและความรู้สึกในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรณีย์ ถนอมกุล (2547, น.203) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษา จุดประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครที่ต่างกัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม ความสนใจและความคิดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ รูปแบบการเดินทาง สถานที่พักแรม จังหวัดที่เดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสกลนคร

ประสพพร พุ่มพวง (2545, น.22) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวม และด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านนอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ปัจจัยโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้น สินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ประชาชนที่รายได้แตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึกและด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัย ภูมิภาคแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึกและด้านการรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547, น.3) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย พม่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่า

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจุดผ่านแดน อำเภอแม่สอด ในด้านเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวไม่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือด้านการเข้าไปฝั่งพม่าเพื่อทำธุระส่วนตัว

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรสและภูมิภาคที่แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดน อำเภอแม่สอด ที่แตกต่างกัน

3. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุและรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด

4. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด

ทนายท กิตติคุณ (2550, น.98) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยไม่ว่าจะเป็นส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าการท่องเที่ยว ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ค่านิยม กลุ่มอ้างอิงปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ แรงจูงใจ ความเชื่อและทัศนคติและบุคลิกภาพปัจจัยทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุง แผนงาน ในการสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้ดังนี้

เนื่องจาก สินค้าด้านการท่องเที่ยว เป็นสินค้านามธรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้ การขายสินค้าทางการท่องเที่ยว จึงเป็นการขายความคาดหวังที่จะได้รับความรู้สึกทางใจ เมื่อได้บริโภคสินค้าแล้วทำให้ผู้ซื้อที่มีความยากลำบากในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้เป็นเจ้าของสินค้าทางการท่องเที่ยว ต้องพยายามควบคุมสินค้าทางการท่องเที่ยวและราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นจริง ตามที่ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวยู่อเสมอ ซึ่งเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเป็นหลักประกันทางด้านคุณภาพของสินค้าการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถติดต่อและเข้าถึงแหล่งที่ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวได้สะดวก ตลอดจนการใช้แรงจูงใจต่างๆ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง แต่สามารถสร้างการรับรู้ได้จากเสียง ภาพ สี สรรค์ และการเคลื่อนไหว โดยจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจินตนาการสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น การใช้กลยุทธ์การลดราคาค่าบริการการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น ไม่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรายการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้จ่ายเงินค่อนข้างสูง ลูกค้ายกเลิกเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ค่อนข้างดี มีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 2 ครั้ง และมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง นอกจากนี้กลุ่มคนไทยในครอบครัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนในครอบครัว

มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าการท่องเที่ยว ผู้เป็นเจ้าของสินค้าการท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของตน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มคนในครอบครัว ซึ่งมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของคนไทย สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมพบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ซึ่งค่านิยมดังกล่าวประกอบด้วยค่านิยมในการไปซื้อสินค้าของที่ระลึกเมื่อไปเที่ยวต่างประเทศ และค่านิยมในการไปท่องเที่ยวประเทศที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป นอกจากนี้ในด้านบุคลิกภาพยังพบว่า บุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย โดยมีบุคลิกภาพอยู่ 2 ประการ คือ ลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้สะดวก และลักษณะส่วนบุคคลที่ชอบพักในที่พักที่มีมาตรฐานและอยู่ใกล้กับแหล่งช้อปปิ้งหรือร้านอาหารซึ่งลักษณะส่วนบุคคลทั้ง 2 ประการแสดงให้เห็นว่าคนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2552, น.18) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวได้คือ เน้นในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากพบว่า นักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้สูงจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างมากในทางบวก การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวสูง จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครได้ นอกจากนี้การส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งโดยการพิจารณากลุ่มอาชีพ พบว่าควรเลือกกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มแม่บ้านและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวสูง

ธีระวิทย์ พรายแถม (2544, น.194) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชนและมีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ต่อเดือน ส่วนแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้รับจากเพื่อน ญาติ มากที่สุดและมีความเพียงพอแก่ความต้องการนักท่องเที่ยว

สุชาดา นิ่มหิรัญวงษ์ (2544, น.4) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศระดับปานกลางโดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุศาสนสถานในระดับปานกลางและมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมในระดับน้อย ปัจจัยที่มีความสำคัญกับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของครอบครัวการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยว

ศรัยสุดา เลี้ยงไพศาล (2543, น.19) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีภูมิลำเนาอยู่ในยุโรปเป็นส่วนใหญ่ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีสำนักงานอยู่ที่ยุโรปถึง 4 แห่ง ซึ่งมากกว่าที่อื่นๆ ทำให้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึงมากกว่า ชาวยุโรปได้รับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากสื่อบุคคล เช่น เพื่อนญาติพี่น้องมากกว่าสำนักงาน ททท. การเปิดรับข่าวสารกลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต โดยสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อนญาติพี่น้อง รองลงมาคือท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนีย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และนักท่องเที่ยวกลุ่มอเมริกาเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโอเชียเนีย ตามลำดับ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนตัวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าเดินทางมาเป็นหมู่คณะ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะจะเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวอเมริกามีความเห็นว่างานโรงแรมและร้านอาหาร ภัตตาคาร เป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสมกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ธนาภรณ์ เมตธิสตุติ (2543, น.187) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีผลต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สัญชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือนและปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาคู่มือของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ รวมถึงการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ พบว่าปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุนเท่ากับ 8 ม้วนต่อวัน

บุญเลิศ เปเรเร่ (2553, น.3-4) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยวและภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและอสังหาริมทรัพย์ของประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อุณหภูมิและสภาพอากาศ

ด้าน โรงแรมที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุด “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุด “สำคัญมาก” ต่อคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้าและความหลากหลายของสินค้า ร้านค้ากับการตกแต่งและพนักงาน

ด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน

ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อการกำจัดขยะมูลฝอย

นอกจากนี้ยัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านบริษัทนำเที่ยวและด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและอัธยาศัยของประชาชน

ด้าน โรงแรมที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและด้านพนักงาน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีและด้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจ” ต่อทุกองค์ประกอบ

ด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน รายการนำเที่ยวน่าสนใจและความหลากหลายของรายการนำเที่ยว

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อองค์ประกอบด้านระบบไฟฟ้า

ส่วนด้านปัญหาที่พบกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมและปัญหาค่าบริการต่างๆ ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างแพง

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2551, น.221) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ตเป็นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันทั้งภูมิถิ่นนา ทิศนคติ รสนิยมและความต้องการท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยบวก คือ สภาพภูมิทัศน์ของท้องถิ่นนั้นและสาธารณูปโภคที่เพียงพอพร้อมส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่า ในจังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากที่สุดคือปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและการเอารััดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางไปยังจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากจังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาความเป็นเมืองขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดความสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลงและยังประสบปัญหาต่อเนื่องอีก ได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัดและปัญหามลพิษ ส่วนที่สองเป็นการทดสอบความสัมพันธ์

ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับ ภูมิภานา ผลปรากฏว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยทางด้านบวกในด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็น เอกลักษณะท้องถิ่นและการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหา อาชญากรรมและปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิภานาของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนจังหวัดภูเก็ต ปัจจัยทางด้านบวกในด้านภูมิอากาศที่ดี ความเป็นมิตรและ อบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดีและการอาบแดดและปัจจัยทางด้านลบใน ด้านปัญหาอาชญากรรมและ ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ มีความสัมพันธ์กับภูมิภานาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจะพบว่า ปัจจัยในแต่ละท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน

สรุป จากงานวิจัยภายในประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยการศึกษา ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ด้านการมีส่วนร่วมต้องการให้มีความร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังมีความต้องการด้านการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลทางการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม การลดขั้นตอนที่สลับซับซ้อนทางกฎหมายและมุ่งเน้นการบริการ การอำนวยความสะดวก ที่เกี่ยวกับสาธารณูปโภค การบริการอาหาร สถานที่และสภาพภูมิทัศน์โดยรวมและที่สำคัญ ที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ฮวานซุก คริส โชลล์และเออร์แคน ชีราคาเย่า (HwanSuk Chris Chol and Ercan Sirakaya, 2006, p.94) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน “Sustainability Indicators for Managing Community Tourism” โดยมีการพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับ การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนโดยการใช้กรอบการศึกษาเรื่องความยั่งยืน โดยใช้วิธี Modified Delphi Technique พัฒนาตัวชี้วัดให้เป็นรูปธรรม จัดให้มีการอภิปรายกลุ่มนักวิจัย จำนวน 38 คน จำนวน 3 รอบ ผลลัพธ์ที่ได้ 125 ตัวชี้วัด ด้านการเมือง 32 ตัวชี้วัด ด้านสังคม 28 ตัวชี้วัด ด้านระบบ นิเวศ 25 ตัวชี้วัด ด้านเศรษฐกิจ 24 ตัวชี้วัด ด้านเทคโนโลยี 3 ตัวชี้วัด และด้านวัฒนธรรม 13 ตัวชี้วัด ตัวชี้วัดทั้งหมดนี้สามารถใช้กำหนดการชี้วัดขั้นต้น ในระดับชุมชนและระดับภูมิภาค ผลการศึกษา พบว่า ดัชนีชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนจากมากที่สุดคือ ด้านการเมือง ด้านสังคม ด้าน ระบบนิเวศ ด้านเศรษฐกิจและด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ

อีริก ที. ไบรด์และเดวิด เอ. คาร์เดียนาส (Erick T. Byrd and David A. Cardenas, 2006, p.9) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง องค์ประกอบในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กรณีศึกษา พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของรัฐคาโรไลนา “Elements of Stakeholder Support for Tourism in Rural Communities The Case of Eastern North Carolina” โดยมีการพัฒนาการ ท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ต้องมีการวางแผนและการจัดการที่ดี ซึ่งมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ การสนับสนุนช่วยเหลือและความร่วมมือประสานงานระหว่างภาคเอกชน ผู้นำท้องถิ่นและคนใน

ชุมชน งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและการรับรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ คนในชุมชน เจ้าของธุรกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลและนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ความวิตกกังวลด้านแหล่งธรรมชาติ การวางแผน ความวิตกกังวลด้านเศรษฐกิจ ความต้องการทางการศึกษา ความใส่ใจด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อีริก ที. ไบรด์ (Erick T. Byrd, 2007, p.284) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน “Stakeholder in Sustainable Tourism Development and their roles : Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development” การศึกษานี้พบว่า สิ่งสำคัญของความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งเรื่องของการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวก็เป็นตัวแปรที่สำคัญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้แก่คนสี่กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวปัจจุบัน นักท่องเที่ยวในอนาคต ชุมชนท่องเที่ยวในปัจจุบันและชุมชนท่องเที่ยวในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวปัจจุบันทำให้มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่น โรงแรม ร้านอาหารและการบริการ โภคภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำ การเดินทาง และวัฒนธรรมต่างๆ และการบริการต่างๆ เช่น การซักผ้า ร้านอาหารของชำ ดังนั้นคนกลุ่มให้บริการการท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องมีความรู้เรื่อง การพัฒนาสาธารณสุข คุณภาพที่สูงขึ้นการให้บริการ เป็นต้น และต้องระมัดระวังเรื่องการสูญเสียสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความหนาแน่นของพลเมือง ความไม่พอใจของชุมชน เป็นต้น นักท่องเที่ยวในอนาคตก็เป็นกลุ่มที่เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวกลุ่มปัจจุบันในเรื่องต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น จากกระบวนการด้านการตลาดและ สื่อต่างๆ นักวางแผนต้องมีความตระหนักรู้การบริการ โภคต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในอนาคต รู้เรื่องระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวในอนาคตจะใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ต้องการกลุ่มชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน เช่น เจ้าของโรงแรม นักธุรกิจ เจ้าหน้าที่รัฐ ต้องรู้วิธีการใช้แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งเกี่ยวข้องให้เต็มประโยชน์และกลุ่มนี้ก็เป็นกลุ่มที่สร้างผลกระทบต่อ กลุ่มอื่นๆ เป็นอย่างมาก กลุ่มชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต คนกลุ่มนี้ เจ้าของโรงแรม นักธุรกิจ เจ้าหน้าที่รัฐ อาจเป็นคนพื้นที่หรือคนที่มาจากพื้นที่อื่นๆ

โจแอน คอนเนล, สตีเฟน เจ. เพสและทิม เบนท์ลี (Joanne Connell, Stephen J. Page and Tim Bentley, 2009, p.188) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในนิวซีแลนด์ “Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand : Monitoring Local Government Planning under the Resource Management Act” งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับท้องถิ่น โดยเน้นที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลท้องถิ่นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยยึดการทำงานต่อยอดจากรัฐบาล โดยจัดทำแผนที่มุ่งเน้น

ในการป้องกันดูแลสิ่งแวดล้อม การสร้างความรับผิดชอบระหว่างรัฐบาลท้องถิ่น การท่องเที่ยวและชุมชน ในการทำงานร่วมมือกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ทั้งด้านสังคมเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังปลูกจิตสำนึกของเจ้าหน้าที่และสมาชิกท้องถิ่นที่มาจาก การเลือกตั้งให้ทำงานด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการเติบโตและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การจัดการกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์ การจัดการขยะ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแบบประหยัด ข้อขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยว นักพัฒนาและ ประชาชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้ความสำคัญกับฤดูกาลท่องเที่ยว ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของอากาศ เศรษฐกิจ การเมือง ต่อแผนการท่องเที่ยว โอกาสในการสร้างเครือข่ายเพื่อนและวัฒนธรรม ปริมาณร้านค้าที่มากเกินไป การเพิ่มกิจกรรมนอกสถานที่ ปัญหาเรื่องสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

คลอเดีย จูโรวสกีและเดสมอนด์ ออมโมทาโย บราวน์ (Claudia Jurowski and Desmond Omotayo Brown, 2001, p.187) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติเรื่องคุณภาพชีวิตกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรและไม่เป็นสมาชิกองค์กร “A Comparison of the Views of Involved Versus Noninvolved Citizens on Quality of Life and Tourism Development Issues” ชุมชนส่วนใหญ่มักใช้การท่องเที่ยวเป็นทางหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แผนการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นอยู่กับ การมีส่วนร่วมในองค์กรในชุมชนของตน ซึ่งองค์กรเหล่านี้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนของตนได้ ผลการศึกษาพบว่า คนทั้งสองกลุ่มมีความเห็นด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ด้านคุณภาพชีวิตพบว่าอยู่ในระดับดี ด้านคุณภาพการศึกษาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความคล่องตัวของการจราจร คุณภาพการเดินทางโดยรถสาธารณะ ราคาที่ดินและบ้านอยู่ในระดับปานกลาง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญด้านคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม โอกาสในการสันถนาการและวัฒนธรรม ส่วนด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวพบว่าได้รับการสนับสนุนระดับมาก โดยเฉพาะพื้นที่อนุรักษ์และฟาร์มม้า ผลการศึกษานี้ยืนยันแนวคิดที่ว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรในชุมชนกับความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตของตนและมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกองค์กรในชุมชนกับความวิตกกังวลเรื่องสิ่งปลูกสร้างในชุมชน

จัสติน เคอร์โต (Justin Curto, 2006, p.196) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาการรับรู้และทัศนคติของประชาชนต่ออัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยว “Resident Perceptions of Tourism in a Rapidly Growing Mountain Tourism Destination ” เนื่องจากประชาชนในแหล่ง

ท่องเที่ยวเป็นผู้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยว การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนในรัฐ Colliwood ออนตาริโอและศึกษาทัศนคติของประชาชนต่ออัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจุบัน มูลค่าการลงทุนและประโยชน์จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์การใช้การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกรอบทฤษฎีเพื่อใช้กับกรณีการท่องเที่ยวที่ รัฐ โคลิวิูด (Colliwood) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นหญิง จำนวน 16 คน และชาย จำนวน 4 คน ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย คือการเติบโตของการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การเมืองและสิ่งแวดล้อม ด้านการเติบโตของการท่องเที่ยว พบว่า มีปัจจัยสำคัญคือ การขาดแคลนที่อยู่อาศัยของประชาชน(100%) ปัญหาสาธารณสุขปโภคพื้นฐาน (93%) อิทธิพลของชุมชนเมือง (93%) การพัฒนาอาคารที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (79%) และสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (79%) ด้านเศรษฐกิจ พบปัจจัยหลักคือประโยชน์จากการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจ (71%) ด้านสิ่งแวดล้อม พบปัจจัยหลัก คือ ความวิตกกังวลเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักใหม่ (79%) อัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วของสนามกอล์ฟ (43%) และไม่พบปัจจัยหลักๆ ที่มีผลกระทบในด้านการเมืองประเภทการท่องเที่ยวที่ต้องการคือการท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ (57%) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (29%) ผลการศึกษาเปรียบเทียบ พบว่า ประชาชนมีความกังวลเรื่องสัดส่วนอัตราของการพัฒนาสิ่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าการขยายตัวของการท่องเที่ยว ความขาดแคลนด้านที่พักอาศัยของคนในชุมชนส่งผลต่อประชาชนที่ตั้งหลักฐานอยู่ในชุมชนเป็นเวลานาน ข้อเสนอแนะคือ 1) ความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวและนโยบายขยายการท่องเที่ยวและคณะกรรมการวางแผน 2) กลยุทธ์ด้านจัดการที่พักอาศัยให้ประชาชนเป็นเจ้าของได้ และ 3) เป้าหมายการพัฒนาควรเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลางเท่านั้น

อิวานน่า โลการ์ (Ivana Logar, 2010, p.146) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา โครเอเชีย “Sustainable Tourism Management in Crikvenica Croatia : An Assessment of Policy Instruments” อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ แต่ในบางประเทศก็ใช้นโยบายทางเศรษฐกิจเพื่อจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาที่พบในโครเอเชีย คือ คุณภาพของที่พักต่ำ คุณภาพของที่พักที่ผิดกฎหมาย เจ้าหน้าที่ที่บริการทางการท่องเที่ยวมีคุณภาพต่ำและไม่เพียงพอ ขนาดของชุมชนใหญ่ ภาวะสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากในช่วงเทศกาลและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมเมือง ส่งผลในทางลบต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ผลการวิจัยพบว่า นโยบายทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ได้แก่ การเรียกเก็บภาษี กฎเกณฑ์ที่ใช้ควบคุมปริมาณของนักท่องเที่ยว การให้โควต้า การแบ่งโซน การขึ้นป้ายลิขสิทธิ์

ของเจ้าของบ้าน การสื่อสารระหว่างบุคคล และการเปลี่ยนมือของผู้รับผิดชอบงานด้านต่างๆ งานวิจัยนี้ยังยืนยันอีกว่า ที่พักที่มีคุณภาพต่ำเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แมรี่-ฟรานเชส ลินซ์, ปีเตอร์ ดันเกอร์, ลอร์น ซีฮันและแจนเน็ต ชูท (Mary-Frances Lynch, Peter Duinker, Lorn Sheehan and Janet Chute, 2010, p.302) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาวมีกมาว ในเมืองโนวาสโกเชียประเทศแคนาดา : โดยการสอบถามจากนักท่องเที่ยวและทัศนคติของชาวมีกมาว “Sustainable Mi’kmaw Cultural Tourism Development in Nova Scotia, Canada : Examining Cultural Tourist and Mi’kmaw Perspectives” งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาแรงจูงใจ ความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีกมาว เมืองโนวาสโกเชีย ประเทศแคนาดา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมส่วนใหญ่ จะเป็นผู้มีการศึกษาและสนใจในวัฒนธรรมอย่างจริงจัง งานวิจัยนี้ยังเสนอแนะด้วยว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะต้องเน้นการให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมและรัฐบาลต้องสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นอนุรักษ์วัฒนธรรมเฉพาะของตน

คริสตี้ เชอร์ลอค (Kirsty Sherlock, 1999, p.5) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง บทบาทของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยว “The Role of Community in Tourism Studies” งานวิจัยพบว่า ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ควรนำเอาประสบการณ์และกลยุทธ์ในการพัฒนาจากแหล่งท่องเที่ยวที่เจริญกว่าหรือใหญ่กว่ามาเป็นเกณฑ์ การพัฒนาควรตั้งอยู่บนฐานของสภาพเฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ

แนนซี่ จี. แมคกีฮีและแคทเธอริน แอล.แอนเดอร์เรค (Nancy G. McGehee and Kathleen L. Andereck, 2004, p.301) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง Factors Predicting Rural Residents’ Support of Tourism งานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรที่ทำนายทัศนคติของประชาชนในชุมชนจำนวน 12 ชุมชน ในเมืองอาร์โซนา ที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยใช้รูปแบบของ Perdue Long และ Allen ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนตัวของคนในชุมชนไม่ใช่ตัวกำหนดทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว แต่เป็นความไว้วางใจของชุมชนที่เป็นตัวกำหนดทัศนคติ รายได้หรือผลประโยชน์ของบุคคล ทำนายว่ามีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยว

เซฟกิน แอคคิส รอนนีและเพอร์ริน ออซติน (Sevgin Akis Roneyand Perin Oztin, 2008, p.192) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ทัศนคติต่อการประกอบอาชีพของนักศึกษาอาชีพ : กรณีศึกษาในตุรกี “Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey” งานวิจัยนี้กล่าวถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างโอกาสในการจ้างงานใหม่ๆ แต่ก็มักเป็นการจ้างงานราคาต่ำและเป็นงานที่ไม่ได้ใช้ทักษะสูงมากนัก นักศึกษาทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจแนวคิดในการจ้างงานในอนาคตผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาเพศหญิงและชาย มีการรับรู้การ

ประกอบอาชีพไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีญาติ/เพื่อนที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวที่มีการรับรู้การประกอบอาชีพไม่แตกต่างกัน

เฟอร์ฮัน เกซิซึ (Ferhan Gezici, 2006, p.76) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง องค์ประกอบของความยั่งยืน : สองกรณีศึกษาจากตุรกี “Components of Sustainability : Two Cases from Turkey” งานวิจัยฉบับนี้พูดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมของชุมชน ว่ามีส่วนทำให้เกิดความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมจะถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยสรุปว่า การอนุรักษ์จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติชุมชนท้องถิ่นเป็นตัวสำคัญกำหนดกิจกรรมที่จะทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาและการท่องเที่ยวควรเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเล็ก ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่นจึงจะประสบความสำเร็จ

คิมและเพนนิงตัน-แกรี่ (Kim and Pennington-Gary, 2003, p.233) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาเมืองมีแคนโนปี รัฐฟลอริดา งานวิจัยนี้ศึกษาการรับรู้ระดับการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจุบันและการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต กลุ่มประชากรคือประชาชนจำนวน 3 กลุ่มในเมือง มีแคนโนปี รัฐฟลอริดา คือ เจ้าหน้าที่รัฐบาลจำนวน 8 คน ประชาชน 60 คน และผู้ประกอบการ 9 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า คนทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตและระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ความคิดเห็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตที่ต่างกัน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมการตลาดและพบว่า เจ้าหน้าที่รัฐบาลมีทัศนคติเป็นบวกส่วนประชาชนมีทัศนคติเป็นลบ ความคิดเห็นด้านระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ได้แก่ ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยว การเติบโตของการท่องเที่ยว การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

แมคเคอแซร์ บี.; คอสและเฮช.ดู (McKercher, B.; Cros and H. du, 2002, p.226) บทความทางวิชาการที่พูดถึง การท่องเที่ยวและการจัดการมรดกเชิงวัฒนธรรมเพื่อเสริมความเข้าใจว่าด้วยบทบาทของแต่ละศาสตร์และความร่วมมือของศาสตร์ทั้งสองแขนง ประเด็นที่น่าสนใจมีทั้งความท้าทายในการประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบพอเพียง มรดกวัฒนธรรมทั้งที่เป็นประจักษ์จับต้องและเป็นคุณค่า ผลผลิตการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่างๆ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กระบวนการประเมิน การ

ตรวจสอบและการวางแผนการจัดการสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกระบวนการนำเสนอและการจัดการสินทรัพย์มรดกวัฒนธรรม

ไวท์, พี. เอ. (Wight, P. A., 1993, p.314) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง Sustainable Ecotourism: Balancing Economic, Environmental and Social Goals Within an Ethical Framework อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความสนใจมาก พิจารณาโดยละเอียดทั้งในแง่ขององค์รวมทางสังคมหรือลักษณะเป็นการภายในเพื่อที่จะสามารถประเมินถึงประสิทธิภาพการพัฒนาอย่างพอเพียงในแง่ต่างๆ กล่าวคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่เพียงเป็นทางเลือกสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชนส่วนใหญ่หรือการท่องเที่ยวแบบพอเพียงตามความประสงค์ของนักท่องเที่ยวซึ่งมีธรรมชาติทรัพยากรต่างๆ อย่างพร้อม หากมีการปฏิบัติตามเกณฑ์คุณธรรมจริยธรรมทั้ง 9 ประการ มีทัศนะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งมีเกณฑ์ผลผลิตอย่างที่ต้องการและจัดหาได้ของประเทศบราซิลซึ่งเป็นที่โดดเด่น นอกจากนี้ยังมีข้อพิจารณาข้อจำกัดต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลอดจนความสัมพันธ์ในเรื่องของการผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบอิงตามธรรมชาติ รวมถึงข้อคำนึงด้านคุณธรรมจริยธรรมเมื่อพิจารณาตามข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบพอเพียง ข้อดีบางประการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในแถบอาร์คติก ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่สำคัญที่จะส่งเสริมการจัดการแบบพอเพียงนี้

ฮิลารี ดู ครอส (Hilary du Cros, 2001, p.119) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบใหม่ที่ช่วยในการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism” แม้ว่าการท่องเที่ยวและการจัดการมรดกเชิงวัฒนธรรมจะมีความเกี่ยวข้องกัน แต่กระนั้นก็มีประเด็นที่คาบเกี่ยวกันว่าด้วยการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อพอเพียงและคงประสิทธิภาพ กล่าวคือสิ่งที่ขาดหายไปกระบวนการที่หลอมรวมองค์ประกอบทั้งสองอย่างให้มีความมุ่งหมายและผลการดำเนินการปฏิบัติที่เป็นจริงในสถานที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยเรื่องนี้นำเสนอรูปแบบนวัตกรรมซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาและสามารถนำมาช่วยวางแผนการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมแบบพอเพียงและคงประสิทธิภาพการทดสอบรูปแบบในอนาคตนี้คาดว่าจะมีช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในการดำเนินการและลดภาวะความขัดแย้งและเป็นอุปสรรคต่อกันและกัน กล่าวคือจากรูปแบบนี้เป็นเรื่องที่นำไปใช้กับสถานที่มรดกวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 9 ลักษณะ โดยพิจารณาในแง่ของศักยภาพและจุดดึงดูดทางการตลาดว่าจะตอบสนองต่อความต้องการเข้าเยี่ยมชมได้มากน้อยเพียงใด

บิล บรามเวลและโลน อัลเลอ์ทอร์ป (Bill Bramwell and Lone Alletorp, 2001, p.74) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะคติของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเดนมาร์กมีบทบาทต่อเศรษฐกิจและต่อรัฐบาลที่มีผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เรียกได้ว่าการเริ่มแนะนำรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพอเพียงในประเทศนั้นเป็นผลการลัพธ์ที่มาจากความร่วมมือกันของรูปแบบกฎเกณฑ์ภาครัฐและภาวะแทรกแซงทางธุรกิจต่างๆ ที่มีส่วนต่อการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการทางตลาดงานศึกษาเรื่องนี้ได้ตรวจสอบพิจารณาอย่างละเอียดถึงทัศนคติของผู้จัดการระดับอาวุโสในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเดนมาร์กซึ่งมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพอเพียงมีการรายงานถึงความคิดเห็นต่างๆ ของเหล่าผู้จัดการระดับอาวุโสว่าด้วยเรื่องสิ่งจูงใจและอุปสรรคต่างๆ ที่มีผลจากการปฏิบัติการตามลักษณะการท่องเที่ยวแบบพอเพียง ตลอดจนปัจจัยภายนอกที่มีส่วนเกื้อหนุนต่อการเริ่มต้นแนะนำการท่องเที่ยวแบบพอเพียงและภาครัฐความเพิ่มนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติอย่างไรต่อการดำเนินการท่องเที่ยว ทักษะคิตด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเดนมาร์กกำลังได้รับความสนใจเป็นพิเศษเนื่องจากมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ

อไลน์ เชียไบ, กราสชิมิรา ปาสกาเลอวาและแพทริทเซีย ลอมบาร์ดี (Aline Chiabai, Krassimira Paskaleva and Patrizia Lombardi, 2011, p.143) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องรูปแบบการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบพอเพียง : กลวิธีการจัดการแบบล่างขึ้นบน ผลการศึกษานำเสนอถึงรูปแบบการจัดการจากล่างขึ้นบนสำหรับการบริหารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยตามการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเมืองท่องเที่ยวในอิตาลี ซึ่งผู้ประกอบการถือเป็นศูนย์กลางกระบวนการในการตัดสินใจ การวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงดัชนีชี้วัดถึงกระบวนการสร้างความเป็นส่วนตัวเฉพาะและความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ซึ่งเกิดขึ้นจากทัศนคติของผู้ประกอบการและการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ กล่าวคือผู้ประกอบการสามารถนำเทคนิคใหม่ๆ จากเครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในปัจจุบันมาปรับใช้ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถนำเว็บไซด์มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกัน

ยิม คิง เพนนี่ หวางและเซียวผิง ลี (Yim King Penny Wan and Xiangping Li, 2011, p.143) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมาเก๊า ประเทศจีน “Sustainability of Tourism Development in Macao, China” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อผู้ประกอบการในมาเก๊า จึงได้มีการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในมาเก๊าเพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

และระดับความเกี่ยวพันของชุมชนต่อการวางแผนเพื่อท่องเที่ยวในท้องถิ่นตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 ถึง ค.ศ. 2009 โดยอิงจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิผลการศึกษาเผยให้เห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งแง่บวกและแง่ลบต่อชุมชนและพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อีกทั้งยังขาดแคลนช่องทางการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น งานวิจัยเสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงนั้น มาเก๋จำเป็นต้องสร้างความหลากหลายอื่น นอกเหนือไปจากคาสิโนต้องเร่งเพิ่มระบบขนส่งมวลชนสาธารณะและรักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนคุณภาพชีวิตอื่นๆ อาทิ อัตราการเกิดอาชญากรรม ภาวะเลิกเรียนกลางคันของนักศึกษาและที่สำคัญที่สุด คือ จำเป็นต้องมีแผนหลักสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการร่วมมือกับผู้ประกอบการหลักที่มีผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเร่งด่วน

กาเลีย ฟุชส์ (Galia Fuchs, 2011, p.146) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนทางอารมณ์ในระดับสูงต่ำแตกต่างกัน กรณีศึกษานักท่องเที่ยวประเภทแบกเป้เดินทางกับความคิดเห็นเรื่องประสบการณ์ความเสี่ยง การศึกษานี้ค้นคว้าถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลในการแสวงหาการพักผ่อนทางอารมณ์และความคิดเห็นว่าด้วยความเสี่ยงภัยแบบต่างๆ ของนักเดินทางแบบแบกเป้ท่องเที่ยว โดยสำรวจจากนักศึกษาชาวอิสราเอลจำนวน 579 คนที่เคยมีประสบการณ์แบกเป้ท่องเที่ยว ผลลัพธ์ส่วนหนึ่งแสดงให้เห็นว่าการแสวงหาการพักผ่อนทางอารมณ์และความคิดเห็นเรื่องความเสี่ยงระหว่างท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงลบ ยกตัวอย่างเช่น นักเดินทางแบบแบกเป้ท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะคั่นสิ่งกระตุ้นทางสังคมค่อนข้างมาก มักมีความวิตกกังวลเรื่องภัยคุกคามทางสังคมน้อยกว่า อาทิ การอยู่ในที่แออัดหรือตลาดร้านค้าจำนวนมาก อย่างไรก็ตามผลการศึกษาอีกส่วนปรากฏว่าความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้งสองประการมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นและอาจไม่ส่งผลในเชิงลบ เช่นว่า ผู้ที่ตอบผลสำรวจที่วิตกกังวลเรื่องความเสี่ยงต่างๆ ที่ตนอาจต้องเผชิญนั้น มีประสบการณ์ด้านพฤติกรรมและธรรมชาติตามที่ตนคาดหวัง ซึ่งจะนำไปตามคุณลักษณะส่วนบุคคลในการแสวงหาการพักผ่อนทางอารมณ์

วูมี โจ ฟิลลิปส์, คารา วูล์ฟ, แนนซี โฮเดอร์และแอฟ.แลร์รี่ เลสทริทซ์ (WooMi Jo Phillips, Kara Wolfe, Nancy Hodur and F. Larry Leistritz, 2011, p.74) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเล่าปากต่อปากและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในชนบท : กรณีศึกษานอร์ท คาโกต้า สหรัฐอเมริกา บรรดาผู้จัดการต่างๆ ที่อยู่ที่รัฐชนบทต่างๆ อาทิ นอร์ท คาโกต้า เข้าใจถึงผลประโยชน์ต่างๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ฉะนั้นจึงถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะศึกษาของตั้งใจต่างๆ ของนักท่องเที่ยว การศึกษาเรื่องนี้มุ่งถึงความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อมโนภาพ คุณค่าและความพึงพอใจจากจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ตลอดจนมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับพฤติกรรมในอนาคต กล่าวคือการเน้นถึงความตั้งใจในการ

กลับมาเยือนและให้คำแนะนำบอกต่อ ผลการศึกษาแสดงว่ามโนภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความคิดเห็นเรื่องคุณค่าและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวและยังมีผลกระทบโดยอ้อมจากความพึงพอใจและความตั้งใจในการแนะนำบอกต่อ ฉะนั้นผลการศึกษาจึงแสดงให้เห็นให้ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวสามารถปรับประยุกต์รูปแบบต่างๆ ในอดีตกับสถานที่ของตนได้ นอกจากนี้ยังมีส่วนสนับสนุนแนวคิดที่ว่าภาพพจน์แ่งวก็มีความสำคัญต่อการดึงดูดการเดินทางกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

ผิง จู หวงวนและฮุย-เหมย เซง (Pin-Ju Juan and Hui-Mei Chen, 2011, p.94) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวบนเรือสำราญชาวไต้หวันในช่วงระหว่างประสบการณ์ที่แตกต่าง การศึกษานี้มุ่งเน้นถึงอิทธิพลของการตัดสินใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวบนเรือสำราญชาวไต้หวันในแง่ของความพึงพอใจในการพักผ่อนที่แตกต่างกันระดับต่างๆ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าราคาและระยะเวลาถือว่าเป็นอิทธิพลหลักๆ สองประการในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการวางแผนการเดินทาง ในการเดินทาง โดยในระยะเวลาว่างระหว่างการเดินทาง เหตุผลของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการต่างๆ จะแตกต่างกันออกไปเป็นที่น่าสังเกตว่าเรื่องราคามีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยต่อความพึงพอใจทั้งหมดของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการใหม่ในขณะที่คุณภาพการให้บริการถือว่ามีอิทธิพลสำคัญมากกว่า

หลุยส์ ซีซาร์ เซอร์เรอโร, โจเซ่ แองเจิล ซานส์,แอนนา เบเดเตและมาเรีย โจเซ่ เดล บาร์ริโอ (Luis César Herrero, José Ángel Sanz , Ana Bedate and María José del Barrio, 2012, p.111) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบบทบาทสำคัญในเทศกาลทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวหรือคนในท้องถิ่น การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการประเมินราคาจากเหตุการณ์สมมติ เทศกาลทางวัฒนธรรมต่างๆ ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่แสดงถึงความหลากหลายที่น่าสนใจเป็นอันมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของเมืองต่างๆ โดยมักมุ่งนำเสนอถึงมรดกทางประวัติศาสตร์ เป้าหมายของการทำงานในลักษณะนี้คือเพื่อประมาณการความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่พักอาศัยในท้องถิ่นดังที่เกิดขึ้นจากเทศกาลดนตรีคลาสสิกซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองซานติเอโก เดอ คอมโปสเทลลา (สเปน) มีการนำวิธีการประเมินราคาจากเหตุการณ์สมมติเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่ามีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างความคุ้มค่าที่ประกาศแจ้งมาหรือไม่และเพื่อศึกษาตัวแปรต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแง่เชิงสังคมเศรษฐกิจ ท้ายที่สุดแล้ว พบว่ามีปัญหาข้อสมมติฐานที่มีอคติ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะส่งผลต่อการจัดการนโยบายการกำหนดราคา

กาโอรู โอกามูระและโมโตซูกุ ฟุคคิฮิเง (Kaoru Okamura and Mototsugu Fukushima, 2011, p.133) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนเป็นครั้งแรกและเดินทางไปเยือนซ้ำ การวิเคราะห์ต่อสถานที่กานไซใน

ญี่ปุ่น การศึกษาเพื่อสำรวจถึงความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนเป็นครั้งแรกและเดินทางไปเยือนซ้ำ โดยแจกแบบสอบถามเรื่องแผนการจัดทัวร์ให้นักท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม รวมถึงประสบการณ์และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวในย่านกานไซในญี่ปุ่นกับบริษัทจัดการท่องเที่ยวต่างๆ จากการศึกษาทำให้ประมาณการได้ถึงรูปแบบการดำเนินงานและความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประสบการณ์การไปเยือนซ้ำ นอกจากนี้ผลการสำรวจยังแสดงว่าวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนเป็นครั้งแรกเพื่อเพลิดเพลินกับสถานที่แวดล้อมต่างๆ ในขณะที่วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนซ้ำเพื่อพักผ่อน ร่วมถึงการกลับไปพักที่โรงแรมและเข้าร่วมกิจกรรมงานต่างๆ เพื่อสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

พาสลิน่า ลาทโกวา (Pavlina Latkova, 2008, p.414) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การทดสอบปัจจัยในการทำนายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชน “An Examination of Factors Predicting Residents’ Support For Tourism Development” การศึกษาวิจัยที่ผ่านมารายงานว่าการสนับสนุนของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประสบผลสำเร็จ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจว่าประชาชนรับรู้ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับตนและชุมชน การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดของ Perdue, Long and Allen (1990) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาการรับรู้ของประชาชนด้านผลกระทบต่อการท่องเที่ยวต่อชุมชนในเขตMidwestหลายๆชุมชนที่มีขั้นตอนการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวแตกต่างกัน กรอบแนวคิดการวิจัยเกิดจากทฤษฎี Social exchange by Skidmore (1975) และทฤษฎี Destination Life cycle model ของ Butler (1980) สมมติฐานที่ตั้งไว้ที่ 13 ข้อ ตัวแปรต้นได้แก่ ความรู้ด้านการท่องเที่ยว พลังอำนาจของประชาชน การติดต่อกับชุมชนอื่น บทบาทด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว ผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลที่ได้รับจากการท่องเที่ยว และบุคลิกลักษณะของประชาชนในพื้นที่ ตัวแปรตามได้แก่ ผลกระทบด้านบวกและลบจากการท่องเที่ยว การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต การสนับสนุนด้านข้อจำกัดในการพัฒนางานท่องเที่ยวและการมองเชิงลึกของประชาชนต่อถึงอนาคตของการท่องเที่ยวซึ่งนับว่าเป็นตัวแปรตามที่สำคัญยิ่ง ผลการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่พบว่าทัศนคติด้านการท่องเที่ยวมักเป็นลบหากมีระดับการท่องเที่ยวสูงขึ้น การศึกษาวิจัยนี้แนะนำให้ นักวางแผนการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องให้ความรู้แก่ประชาชน เรื่อง เงินทุนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว หากเจ้าหน้าที่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถแสดงให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลจะได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของท้องถิ่นของตน การสนับสนุนของประชาชนก็จะเป็นไปได้ด้วยดี

ฮุย จาง, จุนยี่ จางและมาซาชิ คูวานโน (Hui Zhang, Junyi Zhang and Masashi Kuwano, 2008, p.94) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบของการใช้เวลาในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมในการใช้จ่าย ใช้สอยของนักท่องเที่ยว “An Integrated Model of Tourists’ Time Use and Expenditure Behaviour with Self-Selection Based on a Fully Nested Archimedean Copula Function” พบว่า 56 % ของนักท่องเที่ยวไม่พักค้างคืน 44 % ค้าง 1-2คืน 92 % เดินทางโดยรถยนต์, 78 % เดินทางกับครอบครัว 48 % เป็นคู่สามีภรรยา จากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน พบว่า จำนวนคนในกลุ่มมีผลต่อการท่องเที่ยวให้ถึงแหล่งเป้าหมายและการจัดการเวลา การใช้เวลาในการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับอาชีพของนักท่องเที่ยว ความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการไปที่นั่นอีก นักท่องเที่ยวที่ทำงานแล้วมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวไปในหลายที่ไม่ซ้ำกัน

เรเน่ แวน เดอ ครัมและมาเลียส์ วิลเลมเจียน แวน เฮด (Rene van der Duim and Marlies Willemijn van Hal, 2007, p.163) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง มุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชนในชุมชนและแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคตของอุทยานแห่งชาติ Rila National Park ในบัลกาเรีย สรุปว่า การศึกษาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติ Rila National Park จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ The Four Dimensional Prism ของสถาบัน Wuppertal ได้แก่ ระบบนิเวศน์ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมและสถาบันต่างๆ ที่มีส่วนในการวางแผนด้านการท่องเที่ยว พบว่า โอกาสการจ้างงานและเศรษฐกิจมีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รองลงมาคือ ความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ที่ถูกให้ความสำคัญรองจากมนุษย์และพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนิยมความคิดเรื่องการตระหนักถึงแผนด้านการท่องเที่ยวเรื่องการสร้างสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่ในอุทยาน

จินยาง เตง (Jinyang Deng, 2007, p.148) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ West Virginia ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีทักษะที่ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงความกังวลต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม และพบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเวลานานจะมีทักษะด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเรื่องการปกป้องสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกโดยต้องการให้คงความเป็นธรรมชาติ มีภาพลักษณ์และเอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ของการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นยินดีจ่ายภาษีที่พักและต้องการคุณภาพในการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวต่างถิ่น

อลเลน อาร์ เทอร์มิล (Alain R. Thermil, 2007, p.149) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาทักษะของประชาชนชาวไอตต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในชนบทผลการศึกษาผลกระทบด้านสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำงานและเกษียณอายุแล้วมีทักษะเชิงลบด้านผลกระทบทางสังคมสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ยังเป็นนักศึกษา นักท่องเที่ยวคน

ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่นมีทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนชนบทในไฮติ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวคนท้องถิ่นต่อผลกระทบ ด้านสังคม พบว่า มีทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีทัศนคติเชิงบวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า มีทัศนคติเชิงลบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ทัศนคติของนักท่องเที่ยวคนต่างถิ่นต่อผลกระทบ ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำงานและเกษียณอายุแล้วมีทัศนคติเชิงลบแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษาด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติเชิงบวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญ กล่าวคือ กลุ่มนักศึกษามีทัศนคติเชิงลบกว่ากลุ่มที่ทำงานและเกษียณแล้วต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยูชีก ยูน (Yooshik Yoon, 2002, p.163) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาโมเดลโครงสร้างสำหรับแหล่งท่องเที่ยวจากทัศนคติมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัย จากการใช้ LISREL วิเคราะห์ ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว ทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อม การฝังตัวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ความนิยมสถานที่ท่องเที่ยวและการสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขัน พบว่า ความนิยมในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือสิ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและการฝังตัวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ยิ่งมีความนิยมมากเท่าไรก็จะทำให้เกิดกลยุทธ์ในการแข่งขันมากขึ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่นด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม จะผลักดันให้มีกลยุทธ์การแข่งขันใหม่ๆ ขึ้นมา

คยองมิ คิม (Kyungmi Kim, 2002, p.66) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและความพึงพอใจด้านต่ออำนาจความสะดวกในชีวิตประจำวันและมีความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบต่อสังคมและความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ซึ่งตรงกับทฤษฎี Social Disruption ว่าชุมชนจะอยู่ในภาวะวิกฤติ เมื่อเกิดความกดดันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตอย่างเฉียบพลันและมีความต้องการด้านวัตถุประสงค์อำนาจความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น

แอนนา หลุยซ่า เดลโคลซ์ บราโว่ (Ana Luisa delclaux Bravo, 2008, p.143) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน บทสรุป พิพิธภัณฑสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เมื่อพิพิธภัณฑสถาน เป็นหนึ่ง ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พิพิธภัณฑสถานจึงจำเป็นต้องปลูกจิตสำนึกเรื่องการรักษาแหล่งท่องเที่ยวโดยการให้การศึกษาที่มีเนื้อหาด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีพื้นฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวที่มีความรู้และความสามารถในการรักษาธรรมชาติและวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบทั้งหลายที่เกิดจากการท่องเที่ยวได้และทำให้เกิดการรักษาทัศนียภาพที่สวยงามเก็บสภาพเดิมให้

คงไว้ อีกประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวควรเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สรุป จากการศึกษางานวิจัยภายนอกประเทศ พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับการเมือง สังคม ระบบนิเวศน์ เศรษฐกิจและวัฒนธรรม บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐและชุมชนระดับท้องถิ่นมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ควรเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การรักษามรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า เช่น วัดและโบราณสถานต่างๆ ตลอดจนเร่งเพิ่มระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ เพื่อโอกาสทางด้านเศรษฐกิจในอนาคต

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาแบบคู่ขนาน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยกำหนดประเด็นการนำเสนอในบทที่ 3 ดังนี้ (1) แนวทางวิธีการวิจัย (2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (4) การสร้างมาตรวัดและค่านิยามปฏิบัติการและ (5) การเก็บรวบรวมข้อมูล (6) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (7) สรุป

แนวทางวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกระบวนการ ดังนี้

1. **ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ในส่วนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทุกตัว ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและสมการ โครงสร้างในการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากการวิจัยเชิงปริมาณสามารถใช้ศึกษาได้ทุกประเด็นและสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์หรือความแตกต่างออกมาเป็นตัวเลขได้ชัดเจนการใช้ข้อมูลที่เป็นสัญลักษณ์ทางตัวเลข ซึ่งได้มาจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลชนิดนี้นำมาใช้สถิติวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปผลการวิจัยได้ (บุญชม ศรีสะอาดและวิธาน พรหมสินธุศักดิ์, 2547, 2553, น.62,47)

2. **ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่สามารถวิจัยเชิงปริมาณได้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ตามแนวทางของ อรุณ รักธรรมและณรงค์ กุลนิเทศ (2552, น.62) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ไม่เน้นข้อมูลที่เป็นตัวเลข แต่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เป็นรายละเอียดต่างๆ ของประชากรที่ศึกษาทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดในส่วนของ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 55,800 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553, น.27) ได้แก่ วัดบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และกรุงเทพฯชั้นใน จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ 1) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 2) วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร 3) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4) วัดราชนัดดารามวรมหาวิหาร 5) วัดเทพธิดารามวรมหาวิหาร 6) วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร 7) วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร 8) วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร 9) วัดบวรนิเวศวิหาร และ 10) วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร ซึ่งได้จากการพิจารณาองค์ประกอบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 10 ประการ (วัลลภ ทองอ่อน, 2550, น.25) พบว่า วัดทั้ง 10 แห่ง เป็นแหล่งรวมของทั้ง 10 องค์ประกอบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกวัดทั้ง 10 แห่ง เป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดขนาดและวิธีการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane)

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Simple Size) โดยนำจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 55,800 คน ซึ่งจำนวนที่ได้เป็นค่าเฉลี่ยต่อสัปดาห์ เนื่องจากจำนวนของนักท่องเที่ยวในวันทำการกับวันหยุดสุดสัปดาห์ไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงขอใช้ค่าเฉลี่ยประมาณการเป็นรายสัปดาห์ โดยคิดจากสูตรตามแนวทางของ ยามาเน่ (สมชัย ชวลิตธาดา, 2552, น.63) ดังนี้

จากสูตรของ Taro Yamane

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

เมื่อ N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าในสูตร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายทั้งหมด 55,800 คน และผู้วิจัยกำหนดค่าให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นได้ ร้อยละ 95 หรือ มีนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนี้

เมื่อ $e = .05$ และ $N = 55,800$

$$\begin{aligned} n &= \frac{55,800}{1 + 55,800 \times (.05)^2} \\ &= 397.15 \end{aligned}$$

เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยแบ่งตามพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 40 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและความเหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 200 คน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวและเนื่องจากในการวิจัยเชิงคุณภาพ จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยและจะยอมรับในคำตอบที่เหมือนกัน 3 คน ขึ้นไป ซึ่งจะยอมรับขั้นต่ำสุดที่ จำนวน 7 คน เพื่อใช้ในการยืนยันข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้น การประมาณการในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดที่ จำนวน 15 คน จากบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน 2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน 3) ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของเครื่องมือแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องต่อไปนี้ (1) ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (2) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (3) ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (4) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

2.1.1 การสร้างมาตรวัด การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการสร้างมาตรวัดของเครื่องมือที่เป็นตัวแปรหลักในการรวบรวมข้อมูล ทุกตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือการวิจัยโดยตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหาและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ตามลำดับดังนี้

2.1.2 ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและจัดทำนิยามปฏิบัติการและระบุตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรทุกตัว

2.1.3 นำตัวอย่างข้อคำถามไปขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลการตรวจพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Object Congruence: IOC) เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความสอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการ โดยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า .60 ขึ้นไป หรือเป็นคำถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 ใน 3 ท่าน เห็นว่าเหมาะสมมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1.4 ปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการและตัวแปรประจักษ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

2.1.5 จัดทำเป็นแบบสอบถามการวิจัย นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัด เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์และคณะ, 2555) จำนวนค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค (Cronbach) โดยกำหนดว่า ค่าแอลฟาที่อยู่ระหว่าง .05 - .65 เป็นค่าที่เชื่อถือได้ระดับปานกลาง ค่าแอลฟา ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป เป็นค่าที่เชื่อถือได้ระดับสูงและค่าแอลฟาที่ต่ำกว่า .50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย มีข้อคำถามทั้งสิ้น จำนวน 87 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

2.1.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เป็นเครื่องมือการวิจัยนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป โดยลักษณะของเครื่องมือแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการและเติมข้อความลงในช่องว่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพของท่านในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือนโดยรวมของครอบครัว ถิ่นที่อยู่ของท่านในปัจจุบัน การใช้เส้นทางเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยมายังสถานที่ท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เหตุผลในการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่สวยงามเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

2.1 แบบสอบถามปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 20 ข้อ

2.2 แบบสอบถามปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

2.3 แบบสอบถามปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

2.4 แบบสอบถามการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 22 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด เป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ (เพิ่มเติม)

การหาคุณภาพเครื่องมือ การสร้างมาตรวัดทุกตัวในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างมาตรวัด โดยคำนึงถึงความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) และความใช้ได้กับประชากรเป้าหมาย (Practicality) ดังนี้

การสร้างมาตรวัดและค่านิยามปฏิบัติการ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้สร้างมาตรวัดต่างๆ โดยการสร้างสมการของตัวแปรจากนักวิชาการในอดีตและปัจจุบันใช้ในการศึกษาตัวแปรซึ่งในการสร้างมาตรวัด ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความถูกต้องด้านเนื้อหา ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ความเชื่อถือได้และความใช้ได้กับประชากรเป้าหมาย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ ต้องมีค่านิยามปฏิบัติการเพื่อนำไปสร้างมาตรวัด ดังนี้

ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัด ได้แก่ สถานที่สำคัญๆ รอบเกาะรัตนโกสินทร์และวัดต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงในส่วนของคมนาคมการเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวและการได้รับการต้อนรับ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับ เพศ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่และแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) หมายถึง การศึกษาและการเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว โดยอาศัยการจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เกณฑ์ประเมินข้อความระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

5 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต
กรุงเทพมหานคร มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต
กรุงเทพมหานคร มาก

3 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต
กรุงเทพมหานคร ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต
กรุงเทพมหานคร น้อย

1 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต
กรุงเทพมหานคร น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร มาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร ปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร น้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ในเขตกรุงเทพมหานคร น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยเสนอขอหนังสือจากคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดและการสัมผัสงานแกะสลัก จากกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน

1.2 ผู้วิจัยนำหนังสือจากโครงการคชภูมิจัดเดินทางไปติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทราบด้วยตนเอง ซึ่งมีการประสานงานไว้ล่วงหน้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ e-mail โดยอธิบายและชี้แจงวัตถุประสงค์ให้ทราบ รวมทั้งสร้างความมั่นใจว่า การตอบแบบสอบถามนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาไม่มีผลกระทบใดๆ ในการประกอบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามเนื่องจากข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์ในภาพรวม

1.3 มอบแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนและนัดหมายวันรับแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555 - 30 เมษายน พ.ศ. 2556 รวม 6 เดือน

1.4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองทุกฉบับทำให้ได้รับแบบสอบถามคืนครบทุกฉบับ จากนั้น นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1.4.1 ความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content Validity) หรือความตรงตามเนื้อหาเป็นความตรงที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ ตรวจสอบเนื้อหาของเครื่องมือว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามเนื้อหาของเรื่องที่ต้องการวัดหรือไม่ โดยในการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ผู้วิจัยใช้การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ศึกษาและประมวลข้อคำถามที่นักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เคยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น เออร์วิน (Erwin, 2009, p.6) เดวิด เอ เฟนเนล (David A. Fennell, 1999, p.112) โจนัล คอนเนล (Joanne Connell, 2009, p.867) ; กรณีย์ ถนอมกุล (2547) สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547) อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวถล (2546) ประหยัด ตะคอนทรัพย์ (2544) โดยพบว่า นักวิชาการดังกล่าวใช้วิธีทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้เกิดความถูกต้องในด้านเนื้อหาเป็นอันดับแรก ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) เพื่อขอรับคำแนะนำ ข้อเสนอแนะและเพื่อตรวจสอบความถูกต้องให้เกิดความเข้าใจ

ที่ถูกต้องตรงกันแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ว่ามีความสอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการและนำผลการพิจารณาตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน มาพิจารณาร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความถูกต้องด้านเนื้อหามากที่สุด

1.4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) แบบอัลฟา (Cronbach Alpha) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ได้ของแต่ละรายการ โดยค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.89 ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นทั้งหมดไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดที่อยู่รอบเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 ฉบับ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการ สัมภาษณ์เจาะลึก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัด เจ้าหน้าที่ ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัด เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือว่าเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2.2 การสร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์เจาะลึกในประเด็นข้อคำถามที่ยังไม่ชัดเจน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

2.2.1 นำกรอบแนวคิด สมมติฐานการวิจัยและนิยามปฏิบัติการที่ได้จากการ ทบทวนวรรณกรรม มากำหนดเป็นจุดมุ่งหมายในการสร้างแนวคำถามการสัมภาษณ์และร่าง โครงสร้างคำถาม การสัมภาษณ์ ตามสมมติฐานการวิจัยเพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูล โดยการ สร้างแนวคำถามการสัมภาษณ์มุ่งเน้นประเด็นต่างๆ

2.2.2 นำร่างแนวคำถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

2.2.3 นำแนวคำถามที่ปรับปรุงแก้ไข ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปสัมภาษณ์เจาะลึก

2.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการประสานขอความร่วมมือกับผู้ให้ ข้อมูลนัดหมายวันในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยนำหนังสือจากคณะบดีบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ไปถึงผู้ให้ข้อมูล เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมืออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการบันทึกการนัดหมาย วัน เวลาและ สถานที่ในการสัมภาษณ์

2.2.5 ผู้วิจัยเดินทางไปพบผู้ให้สัมภาษณ์ ตามกำหนดที่นัดหมาย แนะนำตนเอง ชี้แจงจุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์และการขออนุญาตบันทึกเสียงการให้สัมภาษณ์ รวมทั้งจัดบันทึก ข้อมูลในประเด็นสำคัญๆ เพิ่มเติม

2.3 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพยายามสร้างบรรยากาศของความเป็นกันเอง ในการสัมภาษณ์ไม่มีการชี้แนะทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมรายละเอียด เพื่อจะ ได้ตรงกับวัตถุประสงค์

2.3.1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างใช้การ สนทนาแบบไม่เป็นทางการใช้คำถามน้อยข้อและไม่กำหนดเวลา

2.3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปสรุปประเด็น ในลักษณะการมีผล เกี่ยวข้องกันในแต่ละข้อคำถาม เพื่อนำไปสู่การนำเสนอผลการวิจัยต่อไป

2.4 สรุปประเด็นสาระสำคัญการสัมภาษณ์ ในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลตามกระบวนการของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมีความเที่ยงตรง และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูล ดังนี้

2.4.1 ตรวจสอบข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ โดยสรุปประเด็นเป็นระยะๆ แก่ผู้ให้ ข้อมูล

2.4.2 ตรวจสอบโดยวิธีการถามซ้ำ (Reflecting) เพื่อยืนยันความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและ เชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการตามแนวทางของ ศันสนีย์ จะสุวรรณ (2552, น.46) ดังนี้

1.1 วิเคราะห์ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์งานวิจัยด้านสถิติ

1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

1.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวกับตัวแปรตามและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวแปรการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์และสมมติฐานงานวิจัยที่กำหนดไว้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ตรวจสอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ นำข้อมูลที่ได้มาแปลผลตามเกณฑ์ ต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด และวิธาน พรหมสินธุศักดิ์, 2547, 2553, น.62,47)

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ

4.50 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และการถดถอยระหว่างตัวแปร เป็นการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรทั้งหมดในแบบจำลอง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์งานวิจัยด้านสถิติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลนำเข้าสำหรับวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างในโปรแกรมสำเร็จรูปและใช้เกณฑ์การแปลผลค่าสหสัมพันธ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2547, น.62)

ค่าสหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.00 – 0.29	ต่ำ
0.30 – 0.70	ปานกลาง
0.71 – 1.00	สูง

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองตามสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติที่สำคัญในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง ดังนี้ ค่าสถิติไค – สแควร์ (Chi-Square) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) ดัชนีค่าความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Squared Residual : RMR) ดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Squared Error of Approximation : RMSEA) ค่า CFI (Comparative Fit Index) และค่าดัชนีที่แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะยอมรับดัชนีแสดงความสอดคล้อง/กลมกลืนของโมเดลได้ CN (Critical N) จากนั้นประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญในแบบจำลอง โดยตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้แต่ละส่วนว่ามีความถูกต้องและสามารถอธิบายได้ ถ้าพบว่าแบบจำลองไม่เหมาะสมผู้วิจัยสามารถปรับปรุงแก้ไขแบบจำลอง โดยพิจารณาจากการมีนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง โดยให้ค่าดัชนีแปรรูปมีค่าเข้าใกล้ศูนย์เมื่อได้ปรับปรุงแบบจำลองแล้ว จึงจะนำค่าประมาณขนาดอิทธิพลไปใช้ในการอธิบายแบบจำลองความสัมพันธ์ได้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยดำเนินการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพของอรุณ รักรธรรมและณรงค์ กุลนิเทศ (2552, น.104) ; Miles and Huberman (1984, p.104)

2.1 บันทึกข้อมูลคำตอบจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลทุกคน

2.2 วิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครและประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

2.3 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลดทอนข้อมูลแล้วมาจัดเป็นหมวดหมู่โดยจัดทำเป็นบทสรุปย่อของแต่ละกลุ่ม จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการจัดทำเป็นบทสรุปย่อและบทสรุปสุดท้ายของผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่ม

2.4 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ลดทอนและจัดระเบียบข้อมูลแล้วมาหาข้อสรุปและตีความ (Conclusion Display) นำมาเขียนในรูปแบบการพรรณนา

2.5 การสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นบทสรุปสุดท้ายโดยทำการวิเคราะห์ตามโครงสร้างคำถามการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยให้ความสำคัญในการสรุปและ

ตีความให้มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัยเพื่อช่วยการสนับสนุน อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเชิงปริมาณรวมทั้งการหาข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์เจาะลึกที่การวิจัยเชิงปริมาณยังไม่สามารถหาคำตอบได้

อนึ่ง การเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยทั้ง 2 ระเบียบวิธีนี้ เป็นการนำผลการวิจัยมาตอบซึ่งกันและกันในคำถามเดียวกันเป็นการยืนยันผลซ้ำซึ่งกันและกัน

สรุป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณ จากสูตรตามแนวทางของ ยามานะ (Yamane) (สมชัย ชวลิตธาดา, 2552, น.63) ในการเก็บข้อมูลจริงได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ และเลือกใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แนวทางของ อรุณ รักรธรรมและณรงค์ กุลนิเทศ (2552, น. 104) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ราย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดเจ้าหน้าทีภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้นำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละตัวแปร โดยการพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์ของความแปรผัน (Coefficient of Variance: CV) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) วิธีวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Maximum Likelihood) และการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax with Kaiser Normalization) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมการจัดกลุ่มองค์ประกอบย่อยและการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้รับการคัดเลือกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยจะขอเสนอผลการวิเคราะห์ผลการวิจัย ดังปรากฏในตารางที่ 1-28

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการนำเสนอผลของการวิจัยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	209	52.30
หญิง	191	47.80
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	200	50.00
31-40 ปี	132	33.00
41-50 ปี	52	13.00
51-60 ปี	12	3.00
มากกว่า 60 ปี	4	1.00
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	7	1.80
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	4.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย	29	7.30
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	70	17.50
ปริญญาตรี	182	46.30
ปริญญาโท	76	19.00
ปริญญาเอก	15	3.80
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	18.50
พนักงาน/บริษัทเอกชน	65	16.30
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	48	12.00
รับจ้างทั่วไป	72	18.00
ประกอบอาชีพเกษตรกรรม	6	1.50
นักเรียน/นักศึกษา	67	16.80
อื่นๆ	68	17.00
รวม	400	100.00
5. รายได้ต่อเดือน โดยรวมของครอบครัว		
0-15,000 บาท	39	10.10
15,001-30,000 บาท	25	6.50
30,001-45,000 บาท	50	13.00
45,001-60,000 บาท	36	9.30
60,001-90,000 บาท	29	7.50
90,001-120,000 บาท	20	5.20
120,001-150,000 บาท	21	5.40
150,001-225,000 บาท	22	5.70
มากกว่า 300,001 บาท	63	14.30
\$20,001-\$25,000	36	9.30
\$25,001-\$35,000	23	6.00
\$35,001 +	17	4.40
ไม่มีรายได้/ไม่ได้ทำงาน	5	1.30
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
6. ถิ่นที่อยู่ของท่านในปัจจุบัน		
ชนบท/ต่างจังหวัด	60	15.00
เมืองใหญ่ (เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี นครราชสีมา พัทยา ฯลฯ)	94	23.50
เมืองหลวง (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล)	246	61.50
รวม	400	100.00
7. การใช้เส้นทางเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยมายังสถานที่ท่องเที่ยว		
ทางรถยนต์	105	26.30
ทางรถไฟ	12	3.00
ทางเรือ	23	5.80
ทางเครื่องบิน	207	51.80
สามารถเลือกใช้เส้นทางได้หลากหลาย	53	13.30
รวม	400	100.00
8. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม		
1 ครั้งต่อปี	108	27.00
2 ครั้งต่อปี	82	20.50
3 ครั้งต่อปี	53	13.30
ไม่แน่นอน	157	39.30
รวม	400	100.00
9. เหตุผลในการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม		
เพื่อนชักชวน	131	32.80
ครอบครัวมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	136	34.00
มีความศรัทธา	64	16.00
มีการโฆษณาจากสื่อต่างๆ	36	9.00
อื่นๆ.....	33	8.30
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
10. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่สวยงามเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว		
มากที่สุด	66	16.50
มาก	209	52.30
ปานกลาง	95	23.80
น้อย	29	7.30
น้อยที่สุด	1	0.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.30 อายุประมาณไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.30 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 18.50 และรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 63.00 อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ร้อยละ 23.50 เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 51.80 เหตุผลในการมาท่องเที่ยวเกิดจากเพื่อน ร้อยละ 32.80 และครอบครัว ร้อยละ 34.00 และแรงจูงใจที่เกิดจากชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.30

1.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์ของความแปรผัน (Coefficient of Variance : CV) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.2.1 ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 2-7

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การนับถือศาสนาพุทธ	2.72	1.184	43.53	ปานกลาง
2	เป็นศูนย์รวมทางด้านจิตใจ	3.54	1.246	35.20	มาก
3	วัดมีสิ่งดึงดูดใจที่มีคุณค่าทางด้านศิลปและวัฒนธรรม	3.57	1.115	31.23	มาก
4	มีการพัฒนาและให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.67	1.081	29.46	มาก
5	มีการจัดระบบ ระเบียบ ดูแลรักษาความสะอาดและความสวยงามอย่างต่อเนื่อง	3.58	1.082	30.22	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 4 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.54-3.67 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ มีการพัฒนาและให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รองลงมา คือ มีการจัดระบบ ระเบียบ ดูแลรักษาความสะอาดและความสวยงามอย่างต่อเนื่องและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ การนับถือศาสนาพุทธ คือ เท่ากับ 2.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 1.081-1.246 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 29.46-43.53 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การนับถือศาสนาพุทธและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ มีการพัฒนาและให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	สถานที่จอดรถพอเพียง	3.65	1.017	27.86	มาก
2	มีปัจจัยพื้นฐานไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้า	3.34	1.155	34.58	ปานกลาง
3	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี สื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.62	0.910	25.14	มาก
4	มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย	3.46	1.092	31.56	ปานกลาง
5	มีการจำหน่ายสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึก	3.48	1.055	30.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 2 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.62-3.65 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถพอเพียง รองลงมา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี สื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปร อยู่ในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.34-3.48 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ มีปัจจัยพื้นฐานไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.910-1.155 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 25.14-34.58 ตัวแปรที่มี

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ มีปัจจัยพื้นฐานไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้าและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุดคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี สื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการเข้าถึง (ACCESS)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	มีการเดินทางสะดวกสบาย	3.51	1.088	31.00	มาก
2	มีการระบุเส้นทางในแผนที่	3.56	1.063	29.86	มาก
3	ยานพาหนะพอเพียง	3.58	1.057	29.53	มาก
4	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.54	1.037	29.29	มาก
5	สามารถศึกษาเส้นทางได้จากอินเทอร์เน็ต (Internet)	3.45	0.860	24.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการเข้าถึง (ACCESS) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 4 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.51-3.58 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ ยานพาหนะพอเพียง รองลงมา คือ มีการระบุเส้นทางในแผนที่และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ สามารถศึกษาเส้นทางได้จากอินเทอร์เน็ต คือ เท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.860-1.088 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 24.93-31.00 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ มีการเดินทางสะดวกสบายและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ สามารถศึกษาเส้นทางได้จากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการต้อนรับ (HOSPIT)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	มีการจัดเจ้าหน้าที่ไว้ต้อนรับในแต่ละจุด	3.40	1.101	32.38	ปานกลาง
2	มีการชี้แจงข้อบังคับและแนะนำการปฏิบัติในการท่องเที่ยว	3.51	1.057	30.11	มาก
3	มีการจัดเจ้าหน้าที่สำหรับบริการนำเที่ยวในวัด	3.42	1.103	32.25	ปานกลาง
4	เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวในวัดมีความรู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่และกริยามารยาทที่ดี	3.56	0.969	27.22	มาก
5	มีการจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดต่างๆ	3.50	1.048	29.94	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ด้านการต้อนรับ (HOSPIT) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 3 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.50-3.56 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวในวัดมีความรู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่และกริยามารยาทที่ดีรองลงมา คือ มีการชี้แจงข้อบังคับและแนะนำการปฏิบัติในการท่องเที่ยวและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.40-3.42 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ มีการจัดเจ้าหน้าที่ไว้ต้อนรับในแต่ละจุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.969-1.103 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 27.22-32.38 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ มีการจัดเจ้าหน้าที่ไว้ต้อนรับในแต่ละจุด และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวในวัดมีความรู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่และกริยามารยาทที่ดี

ตารางที่ 6 สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ในภาพรวม AAA

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC)	3.42	1.141	33.93	ปานกลาง
2	สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT)	3.51	1.045	29.89	มาก
3	การเข้าถึง (ACCESS)	3.53	1.021	28.92	มาก
4	การต้อนรับ (HOSPIT)	3.48	1.056	30.38	ปานกลาง
	รวม	3.48	1.065	30.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ในภาพรวม โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 2 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เท่ากับ 3.51-3.53 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) และค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุดคือ ด้านการเข้าถึง (ACCESS) และมีตัวแปรที่สังเกตได้อีก 2 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เท่ากับ 3.42-3.48 ได้แก่ ด้านการต้อนรับ (HOSPIT) และด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 1.021-1.141

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จาก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวมีค่าไม่แตกต่างกันมาก จะอยู่ระหว่าง 28.92-33.93 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน มากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึง (ACCESS)

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	การเข้าถึง	การต้อนรับ	
สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC)	1				
สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT)	0.434**	1			
การเข้าถึง (ACCESS)	0.414**	0.661**	1		
การต้อนรับ (HOSPIT)	0.379**	0.565**	0.678**	1	
	\bar{X}	3.42	3.51	3.53	3.48
	S.D.	1.141	1.045	1.021	1.056

** p 0.01 * p 0.05

จากตารางที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรทั้ง 4 ตัว มีค่าความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ครบทุกคู่ คิดเป็นร้อยละ 100 และตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.379-0.678

1.2.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังแสดงในตารางที่ 8-13

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อหรือภาวะเงินฝืด	3.48	1.073	30.83	ปานกลาง
2	สถานะทางด้านการเงิน/รายได้ที่ท่านได้รับ	3.64	1.832	50.33	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
3	ภาวะการจ้างงาน/จำนวนแรงงาน/เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการ	3.56	0.907	25.48	มาก
4	อัตราการเพิ่มค่าบริการและการเพิ่มของระดับราคาสินค้า	3.50	0.958	27.37	มาก
5	การเกิดภัยพิบัติ เช่น อุทกภัย	3.34	0.981	29.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 3 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.50-3.64 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ สถานะทางการเงิน/รายได้ที่ท่านได้รับรองลงมา คือ ภาวะการจ้างงาน/จำนวนแรงงาน/เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร คือ 3.34-3.48 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ การเกิดภัยพิบัติ เช่น อุทกภัย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.907-1.832 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมาก จะอยู่ในระหว่าง 25.48-50.33 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ สถานะทางการเงิน/รายได้ที่ท่านได้รับและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ภาวะการจ้างงาน จำนวนแรงงาน/เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว	3.53	1.035	29.32	มาก
2	การใช้เครือข่ายโดยวิธีการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การใช้รถยนต์ เรือและวิธีอื่นๆ	3.31	1.080	32.63	ปานกลาง
3	การพิจารณาเลือกเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อช่วยให้การเดินทางสะดวกและปลอดภัย	3.58	1.033	28.85	มาก
4	การเลือกเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการประหยัด	3.53	1.016	28.78	มาก
5	การวางระบบและประสานงานระหว่างหน่วยงาน องค์กรเพื่อการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว	3.44	0.979	28.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 3 ตัวแปร คือเท่ากับ 3.53-3.58 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การพิจารณาเลือกเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อช่วยให้การเดินทางสะดวกและปลอดภัย รองลงมา คือ การเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวและการเลือกเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการประหยัดและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร คือ 3.31-3.44 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ การใช้เครือข่ายโดยวิธีการเดินทาง

ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การใช้รถยนต์ เรือและวิธีอื่นๆ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.979-1.080 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมาก จะอยู่ในระหว่าง 28.46-32.63 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การใช้เครือข่ายโดยวิธีการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การใช้รถยนต์ เรือและวิธีอื่นๆ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุดคือ การวางระบบและประสานงานระหว่างหน่วยงาน องค์กรเพื่อการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ	3.50	0.939	26.83	มาก
2	การวางนโยบายพัฒนาระบบคมนาคม เพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว	3.59	1.012	28.19	มาก
3	นโยบายด้านการจัดการในส่วนของประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.50	1.057	30.20	มาก
4	ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง	3.49	1.043	29.89	ปานกลาง
5	บรรยากาศทางการเมืองไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว	3.50	0.960	27.43	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 4 ตัวแปร คือเท่ากับ 3.50-3.59 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การวางนโยบายพัฒนาระบบคมนาคม เพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว รองลงมา คือ นโยบายส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวของภาครัฐ นโยบายการด้านการจัดการในส่วนของการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและบรรยากาศทางการเมืองไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง คือเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.939-1.057 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมาก จะอยู่ในระหว่าง 26.83-30.20 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ นโยบายด้านการจัดการในส่วนของการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยถึงแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวด	3.32	1.192	35.90	ปานกลาง
2	ระเบียบ ข้อบังคับและขั้นตอนการปฏิบัติที่ยุ่งยาก	3.42	1.061	31.02	ปานกลาง
3	การปล่อยปละละเลยและการเลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่รัฐ	3.42	1.030	30.12	ปานกลาง
4	มาตรการด้านกฎหมายขาดการควบคุมในบางพื้นที่	3.43	1.069	31.17	ปานกลาง
5	การขาดแคลนเจ้าหน้าที่รัฐ ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	3.44	1.036	30.12	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 5 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.32-3.44 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การขาดแคลนเจ้าหน้าที่รัฐส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ มาตรการด้านกฎหมายขาดการควบคุมในบางพื้นที่และค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวด คือเท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 1.030-1.192ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 30.12-35.9 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวดและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ การปล่อยปละละเลยและการเลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่รัฐและการขาดแคลนเจ้าหน้าที่รัฐส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 12 สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ในภาพรวม BBB

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM)	3.50	1.150	32.68	มาก
2	สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV)	3.48	1.029	29.61	ปานกลาง
3	สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC)	3.52	1.002	28.51	มาก
4	สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW)	3.41	1.078	31.67	ปานกลาง
	รวม	3.48	1.064	30.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ในภาพรวม โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 2 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เท่ากับ 3.50 -3.52 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรน้อยที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) และค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) และมีตัวแปรสังเกตได้อีก 2 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เท่ากับ 3.41-3.48 ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) และด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 1.002-1.150

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จาก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวมีค่าไม่แตกต่างกันมาก จะอยู่ระหว่าง 28.51-32.68 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผัน มากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC)

ตารางที่ 13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ	ทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการ	สภาพแวดล้อมทางการเมือง	สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย
สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM)	1			
สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV)	0.672**	1		
สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC)	0.459**	0.581**	1	
สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW)	0.577**	0.545**	0.576**	1
\bar{X}	3.50	3.48	3.52	3.41
S.D.	1.150	1.029	1.002	1.078

** p 0.01 * p 0.05

จากตารางที่ 13 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรทั้ง 4 ตัว มีค่าความแตกต่างจากศูนย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ครอบคลุม คิดเป็นร้อยละ 100 และตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.459-0.672

1.2.3 ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 14-20

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านเพศ (GENDER)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การเลือกหรือเจาะจงกลุ่มเพศหญิง เพศชายในการมาท่องเที่ยวเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.46	0.962	27.80	ปานกลาง
2	การจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับเพศของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการบวชชีพรามณ์	3.45	1.058	30.67	ปานกลาง
3	จำนวนเพศหญิง เพศชายเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านการเดินทางที่มีความยากลำบาก	3.45	1.030	29.86	ปานกลาง
4	ข้อจำกัดของเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย	3.46	1.047	30.26	ปานกลาง
5	การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเพศที่สามร่วมด้วยส่งผลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว	3.44	1.091	31.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านเพศ (GENDER) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 5 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.44-3.46 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การเลือกหรือเจาะจงกลุ่มเพศหญิง เพศชายในการมาท่องเที่ยวเที่ยวทางวัฒนธรรมและข้อจำกัดของเพศหญิงมีมากกว่าเพศชายและค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเพศที่สามร่วมด้วยส่งผลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.962-1.030 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 27.80-31.72 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเพศที่สามร่วมด้วยส่งผลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ การเลือกหรือเจาะจงกลุ่มเพศหญิง เพศชายในการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านอาชีพ (OCCUPA)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	อาชีพที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	3.39	1.091	32.18	ปานกลาง
2	อาชีพที่แตกต่างกันมักก่อให้เกิดความยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยว	3.56	0.961	26.99	มาก
3	อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลใดๆ ต่อการท่องเที่ยว	3.38	1.055	31.21	ปานกลาง
4	อาชีพของนักท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เช่น นักบวช	3.44	1.051	30.55	ปานกลาง
5	การพิจารณาการประกอบอาชีพของนักท่องเที่ยวส่งต่อการการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.41	0.941	27.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านอาชีพ (OCCUPA) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 1 ตัวแปร ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ อาชีพที่แตกต่างกันมักก่อให้เกิดความยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยว คือเท่ากับ 3.56 และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 4 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.38-3.44 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลใดๆ ต่อการท่องเที่ยว ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.941-1.091 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมาก จะอยู่ในระหว่าง 26.99-32.18 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ อาชีพที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ อาชีพที่แตกต่างกันมักก่อให้เกิดความยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านรายได้ (INCOME)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การประเมินรายได้ของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการ	3.39	1.034	30.50	ปานกลาง
2	นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยมักจะไม่มีสิทธิเลือกวิธีการท่องเที่ยว	3.47	1.035	29.83	ปานกลาง
3	รายได้เป็นตัวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.44	0.883	25.67	ปานกลาง
4	รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความสะดวกสบาย	3.52	0.884	25.11	มาก
5	รายได้ของนักท่องเที่ยวมากจะทำให้เกิดอำนาจซื้อที่สูง	3.76	0.899	23.91	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านรายได้ (INCOME) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 2 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.52-3.76 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ รายได้ของนักท่องเที่ยวมากจะทำให้เกิดอำนาจซื้อที่สูง รองลงมาคือ รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความสะดวกสบายและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.39-3.47 ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ การประเมินรายได้ของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.883-1.035 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 23.91-30.50 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การประเมินรายได้ของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ รายได้ของนักท่องเที่ยวมากจะทำให้เกิดอำนาจซื้อที่สูง

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านถิ่นที่อยู่ (DOMICIL)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	ความคล้อยคลึงด้านถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวทำให้ง่ายต่อการจัดการการท่องเที่ยว	3.64	0.979	26.90	มาก
2	ผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมักไม่สนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยว	3.57	0.893	25.01	มาก
3	การเดินทางไปต่างถิ่นของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความตื่นเต้นประทับใจ	3.55	1.000	28.17	มาก
4	การอนุรักษ์สภาพถิ่นที่อยู่อาศัยของคนและชุมชนเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.60	0.864	24.00	มาก
5	การบูรณะฟื้นฟูถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นการสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง	3.75	0.826	22.03	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 5 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.55-3.75 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การบูรณะฟื้นฟูถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นการสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ ความคล้อยคลึงด้านถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวทำให้ง่ายต่อการจัดการการท่องเที่ยว ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.826-1.000 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 22.03-28.17 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การเดินทางไปต่างถิ่นของนักท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดความตื่นเต้นประทับใจและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ การบูรณะฟื้นฟูพื้นที่อยู่อาศัยเป็นการสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านแรงจูงใจ (MOTIVAT)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	3.55	0.930	26.20	มาก
2	การได้รับสิทธิพิเศษ ลด แลก แจก แถม	3.52	1.003	28.49	มาก
3	อัตราค่าใช้จ่ายเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	3.72	0.913	24.54	มาก
4	ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์	3.61	0.880	24.38	มาก
5	ความชอบส่วนบุคคลและความต้องการเรียนรู้	3.68	0.814	22.12	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ด้านแรงจูงใจ (MOTIVAT) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 5 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.52-3.72 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ อัตราค่าใช้จ่ายเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความชอบส่วนบุคคลและความต้องการเรียนรู้ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.814-1.000 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 22.12-28.49 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การได้รับสิทธิพิเศษ ลด แลก แจก แถม และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ความชอบส่วนบุคคลและความต้องการเรียนรู้

ตารางที่ 19 สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ในภาพรวม CCC

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	เพศ (GENDER)	3.45	1.038	30.06	ปานกลาง
2	อาชีพ (OCCUPA)	3.44	1.019	29.71	ปานกลาง
3	รายได้ (INCOME)	3.52	0.947	27.00	มาก
4	ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL)	3.62	0.912	25.22	มาก
5	แรงจูงใจ (MOTIVAT)	3.62	0.908	25.15	มาก
	รวม	3.53	0.964	27.31	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ในภาพรวม โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 3 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เท่ากับ 3.52-3.62 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรน้อยที่สุดคือ ด้านรายได้ (INCOME) และค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ ด้านถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) และด้านแรงจูงใจ (MOTIVAT) และมีตัวแปรสังเกตได้อีก 2 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เท่ากับ 3.44-3.45 ได้แก่ ด้านอาชีพ (OCCUPA) และด้านเพศ (GENDER) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.912-1.038

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวมีค่าไม่แตกต่างกันมาก จะอยู่ระหว่าง 25.15-30.06 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ ด้านเพศ (GENDER) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ด้านแรงจูงใจ (MOTIVAT)

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	เพศ	อาชีพ	รายได้	ถิ่นที่อยู่	แรงจูงใจ
เพศ (GENDER)	1				
อาชีพ (OCCUPA)	0.568**	1			
รายได้ (INCOME)	0.432**	0.529**	1		
ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL)	0.460**	0.476**	0.560**	1	
แรงจูงใจ (MOTIVAT)	0.467**	0.434**	0.547**	0.567**	1
\bar{X}	3.45	3.44	3.52	3.62	3.62
S.D.	1.038	1.019	0.947	0.912	0.908

** p 0.01 * p 0.05

จากตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรทั้ง 5 ตัว มีค่าความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ครบทุกคู่ คิดเป็นร้อยละ 100 และตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.432-0.568

1.2.4 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ดังแสดงในตารางที่ 21-26

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	วัดให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้	3.77	0.936	24.83	มาก
2	วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชน	3.68	0.883	23.99	มาก
3	การจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เป็นประจำทุกปีเป็นการช่วยเพิ่มคุณค่า	3.62	0.979	27.04	มาก
4	วัดมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์วัดและสภาพแวดล้อมโดยรวม	3.70	0.937	25.32	มาก
5	วัดมีบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การตอบข้อสงสัยต่างๆ หรือบริการสอบถามข้อมูล	3.69	0.887	24.04	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 5 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.62-3.77 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ วัดให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ รองลงมา คือ วัดมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์วัดและสภาพแวดล้อมโดยรวม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.883-0.979 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 23.99-27.04 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เป็นประจำทุกปีเป็นการช่วยเพิ่มคุณค่าและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชน

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการจัดการเชิงระบบ (SYSMANG)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การจัดทำแผนพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน	3.71	0.872	23.50	มาก
2	การวางเครือข่ายระหว่างรัฐกับหน่วยงานในชุมชน	3.60	0.849	23.58	มาก
3	มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การอำนวยความสะดวก และการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	3.59	0.905	25.21	มาก
4	วัดมีการวางแผนป้องกันผลกระทบทางลบอันเกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม	3.57	0.929	26.02	มาก
5	วัดมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัด	3.49	0.890	25.50	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการจัดการเชิงระบบ (SYSMANG) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 4 ตัวแปรคือเท่ากับ 3.57-3.71 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การจัดทำแผนพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน รองลงมา คือ การวางเครือข่ายระหว่างรัฐกับหน่วยงานในชุมชนและมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ซึ่งค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ วัดมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัด ซึ่งเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.849-0.929 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 23.50-26.02 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ วัดมีการวางแผนป้องกันผลกระทบทาง

ลบอันเกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ การจัดทำแผนพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	มีการประสานงานระหว่างภาครัฐบุคลากรในชุมชน พระและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือกันในการจัดการการท่องเที่ยว	3.54	0.957	27.03	มาก
2	การมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านธุรกิจ การค้าขายของที่ระลึก อาหารและพัฒนาสินค้าในชุมชน โดยเฉพาะสินค้าที่สร้างชื่อเสียงกับชุมชนและวัด	3.53	0.906	25.67	มาก
3	การได้รับผลประโยชน์และสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ จากการจัดการการท่องเที่ยว	3.53	0.976	27.65	มาก
4	การจัดการผู้มีความรู้ ความสามารถแต่ละด้านมาให้คำปรึกษา	3.59	0.908	25.29	มาก
5	การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ	3.65	0.955	26.16	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับมาก 5 ตัวแปร คือเท่ากับ 3.53-3.65 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา คือ การจัดการผู้มีความรู้ ความสามารถ

แต่ละด้านมาให้คำปรึกษา ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.906-0.976 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 25.29-27.65 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ การได้รับผลประโยชน์และสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆจากการจัดการการท่องเที่ยวและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือการเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถแต่ละด้านมาให้คำปรึกษา

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	มีการดำเนินการให้ความรู้ เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดความรักต่อสิ่งดึงดูดใจภายในวัดให้กับนักท่องเที่ยวและนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดเด่นของวัด เช่น การนวด	3.47	0.878	25.30	ปานกลาง
2	จัดตั้งกลุ่มเพื่ออนุรักษ์โบราณสถานภายในวัด เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนต่อสิ่งที่เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ	3.57	0.944	26.44	มาก
3	จัดกิจกรรมนำเสนอสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจภายในวัดแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้มัลติมีเดีย	3.58	0.912	25.47	มาก
4	สร้างศรัทธาและเจตคติทางบวกด้วยการเสนอแนะข้อดี แก่ไขข้อบกพร่องและป้องกันภัยทั้งทางตรงและทางอ้อม	3.59	0.910	25.35	มาก
5	ยกย่องเชิดชู ผู้นำคุณประโยชน์และบูรณปฏิสังขรณ์วัดให้เป็นที่ประจักษ์แก่บุคคลในชุมชนและนักท่องเที่ยว	3.56	0.921	25.87	มาก

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
6	การรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากทุกภาคส่วน	3.50	0.764	21.83	มาก
7	จัดตั้งเครือข่ายการสร้างจิตสำนึกที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว	3.43	0.793	23.12	ปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ ความแปรผัน ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ 7 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยของตัวแปร อยู่ในระดับมาก 5 ตัวแปร คือเท่ากับ 3.50-3.59 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรมากที่สุด คือ สร้างศรัทธาและ เจตคติทางบวกด้วยการเสนอแนะข้อดี แก้ไขข้อบกพร่องและป้องกันภัยทั้งทางตรงและ ทางอ้อม รองลงมา คือ จัดกิจกรรมนำเสนอสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจภายในวัดแก่นักท่องเที่ยวโดย ใช้มีคฤเทศก์และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร คือ เท่ากับ 3.43-3.47 ซึ่ง ค่าเฉลี่ยของตัวแปรน้อยที่สุด คือ จัดตั้งเครือข่ายการสร้างจิตสำนึกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายตัวของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.764-0.944 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ ความแปรผันของตัวแปรทุกตัวที่มีค่าแตกต่างกันมากจะอยู่ในระหว่าง 21.83-26.44 ตัวแปรที่มี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ จัดตั้งกลุ่มเพื่ออนุรักษ์โบราณสถาน ภายในวัดเพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนต่อสิ่งที่เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจและค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ การรับฟังข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วน

ตารางที่ 25 สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในภาพรวม YYY

ข้อที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	CV %	ระดับ
1	การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA)	3.69	0.924	25.04	มาก
2	การจัดการเชิงระบบ (SYSMANG)	3.59	0.889	24.76	มาก
3	การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM)	3.57	0.940	26.36	มาก
4	การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว (BUILAAS)	3.53	0.874	24.77	มาก
	รวม	3.60	0.906	25.17	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในภาพรวม โดยมีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 4 ตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ เท่ากับ 3.53-3.69 ซึ่งค่าเฉลี่ยตัวแปรน้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) และค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ ด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติอยู่ในช่วง 0.874-0.940

เมื่อเปรียบเทียบการกระจายตัวของตัวแปรสังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันของตัวแปรทุกตัวมีค่าไม่แตกต่างกันมาก จะอยู่ระหว่าง 24.76-26.36 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันมากที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความแปรผันน้อยที่สุด คือ ด้านการจัดการเชิงระบบ (SYSMANG)

ตารางที่ 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT)

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า	การจัดการเชิงระบบ	การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUIV)	1			
การจัดการเชิงระบบ (SYSMA)	0.564**	1		
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM)	0.484**	0.571**	1	
การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUAAS)	0.515**	0.641**	0.606**	1
\bar{X}	3.69	3.59	3.57	3.53
S.D.	0.924	0.889	0.940	0.874

** p 0.01 * p 0.05

จากตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรทั้ง 4 ตัว มีค่าความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ครบทุกคู่ คิดเป็นร้อยละ 100 และตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.484-0.641

1.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยย่อย ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยย่อย

ปัจจัย	ปัจจัย	สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	การเข้าถึง	การต้อนรับ	สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ	สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง	สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย	เพศ	อาชีพ	รายได้	ถิ่นที่อยู่	แรงจูงใจ	การศึกษาระดับปริญญาตรี	การจัดการเงิน	การจัดการระบบ	การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	การสำรวจเชิงจิตสำนึกของผู้เกี่ยวข้อง	เกณฑ์การประเมิน
		1																		
ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจ	1																		
	สิ่งอำนวยความสะดวก	0.434**	1																	
	การเข้าถึง	0.414**	0.661**	1																
	การต้อนรับ	0.379**	0.565**	0.678**	1															
ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ	0.464**	0.639**	0.604**	0.617**	1														
	สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0.384**	0.639**	0.608**	0.590**	0.672**	1													
	สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง	0.303**	0.472**	0.598**	0.556**	0.459**	0.581**	1												
	สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย	0.298**	0.552**	0.562**	0.511**	0.577**	0.545**	0.576**	1											
ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว	เพศ	0.416**	0.457**	0.489**	0.521**	0.494**	0.466**	0.552**	0.580**	1										
	อาชีพ	0.301**	0.532**	0.503**	0.454**	0.526**	0.499**	0.503**	0.588**	0.568**	1									
	รายได้	0.374**	0.509**	0.476**	0.445**	0.528**	0.554**	0.474**	0.502**	0.432**	0.529**	1								
	ถิ่นที่อยู่	0.275**	0.419**	0.415**	0.380**	0.493**	0.404**	0.407**	0.503**	0.460**	0.476**	0.560**	1							
	แรงจูงใจ	0.334**	0.443**	0.534**	0.546**	0.546**	0.522**	0.481**	0.537**	0.467**	0.434**	0.547**	0.567**	1						

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ปัจจัย		สิ่งดึงดูดใจ	สิ่งอำนวยความสะดวก	การเข้าถึง	การต้อนรับ	สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ	สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	สภาพแวดล้อมทางการเมือง	สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย	เพศ	อาชีพ	รายได้	ถิ่นที่อยู่	แรงจูงใจ	การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า	การจัดการเชิงระบบ	การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
การท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน	การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า	0.306**	0.424**	0.506**	0.496**	0.437**	0.473**	0.434**	0.397**	0.355**	0.334**	0.458**	0.420**	0.541**	1			
	การจัดการเชิงระบบ	0.372**	0.464**	0.539**	0.559**	0.539**	0.516**	0.415**	0.505**	0.489**	0.521**	0.434**	0.467**	0.540**	0.564**	1		
	การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	0.258**	0.388**	0.385**	0.453**	0.431**	0.418**	0.430**	0.412**	0.412**	0.468**	0.422**	0.457**	0.525**	0.484**	0.571**	1	
	การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0.323**	0.463**	0.538**	0.527**	0.545**	0.544**	0.470**	0.535**	0.469**	0.495**	0.483**	0.474**	0.548**	0.515**	0.641**	0.606**	1
	Σ	342	351	353	348	350	348	352	341	345	344	352	362	362	369	359	357	353
	S.D.	1.141	1.045	1.021	1.056	1.150	1.029	1.002	1.078	1.088	1.019	0.947	0.908	0.908	0.924	0.889	0.940	0.874

** p 0.01 * p 0.05

จากตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยย่อย การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 17 ตัวมีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 136 คู่ คิดเป็นร้อยละ 100 และตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.258 - 0.678

1.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของระดับปฏิบัติที่ส่งผลต่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการคัดเลือกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อให้ได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยโปรแกรมสำเร็จรูปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปัจจัย โดยพิจารณาความสอดคล้องของโมเดล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล (Chi-Square : χ^2)
2. ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness – of – Fit Indices GFI และ AGFI)
3. ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Squared Residual : (RMR)
4. ดัชนีเปรียบเทียบโมเดลพื้นฐานกับ โมเดลตามทฤษฎีตามสมมติฐาน (Comparative Fit)

ตารางที่ 28 ค่าสถิติวัดความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลและข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าสถิติ	ค่า	เกณฑ์ความสอดคล้อง
ไค – สแควร์ (χ^2)	129.97 (p = 0.0069)	แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี
ดัชนีความกลมกลืน (Goodness of Fit : GFI)	0.96	มีค่าเข้าใกล้ 1 โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
Adjusted Goodness of Fit : AGFI	0.94	มีค่าเข้าใกล้ 1 โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
Relative Fit Index (RFI)	0.99	มีค่าใกล้ 1 โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

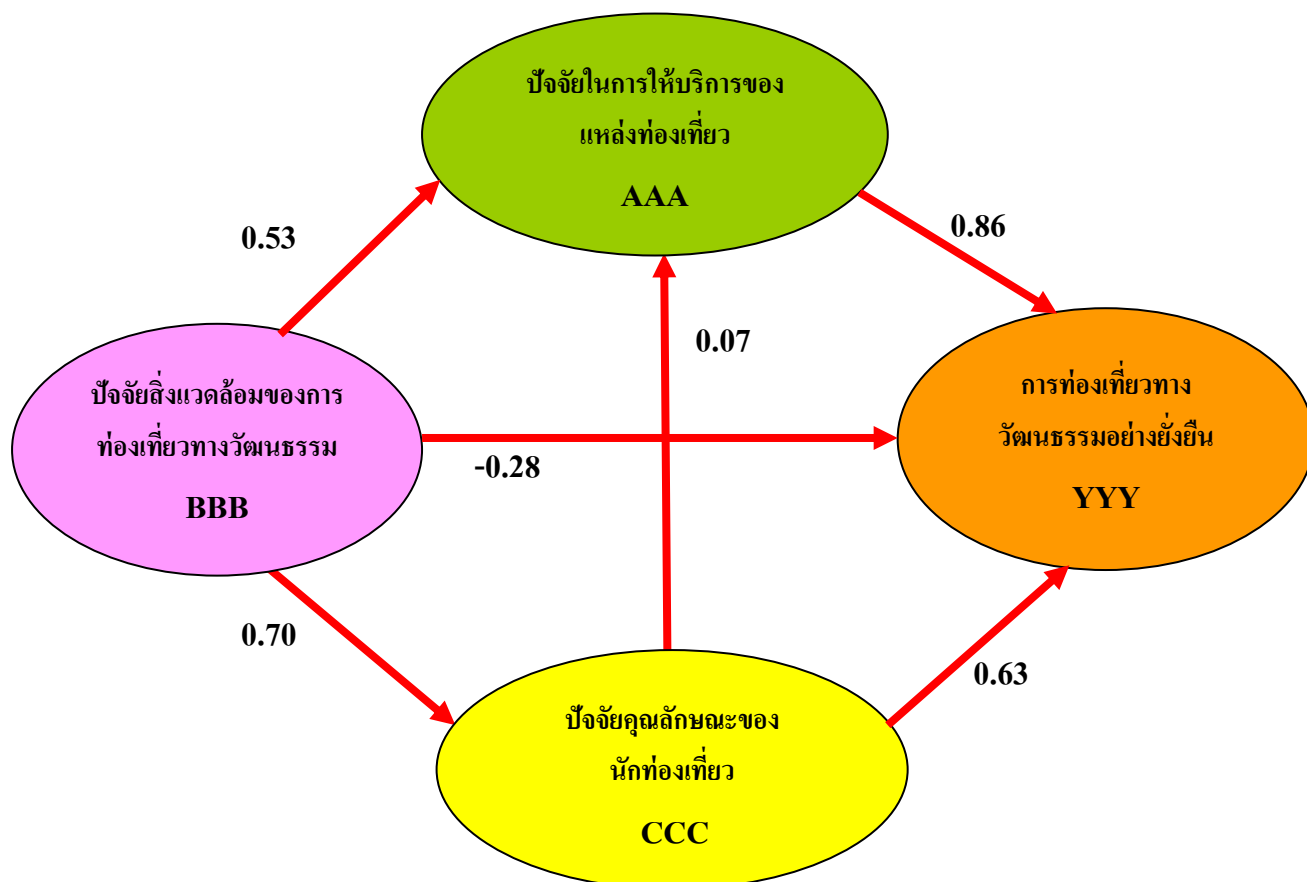
ค่าสถิติ	ค่า	เกณฑ์ความสอดคล้อง
Root Mean Squared Residual : RMR	0.010	มีค่าระหว่าง 0-1 หมายถึง โมเดลสอดคล้องกับข้อมูล
Largest Standardized Residual : LSR	0.03	มีค่าไม่เกิน 0.08 โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA	0.032	มีค่าต่ำกว่า 0.05 หมายถึง โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลในระดับดี

จากตารางที่ 28 สามารถสรุปความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา ค่าสถิติ ดังนี้

1. ค่าไค – สแควร์ (Chi-Square: χ^2) มีค่าเท่ากับ 129.97 (p เท่ากับ 0.0069) แสดงให้เห็นความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ขอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลตามทฤษฎีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) และค่าความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าใกล้ 1 คือ ค่า GFI เท่ากับ 0.96 และค่า AGFI เท่ากับ 0.94 แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระดับดี
3. ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Squared Residual : RMR) มีค่าเท่ากับ 0.010 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อน (Standardized Root Mean Square Residual (Standardized : RMR) มีค่าเข้าใกล้ศูนย์และไม่เกิน 0.05 ซึ่งในที่นี้มีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อน (Largest Standardized : LSR) เท่ากับ 0.034 แสดงว่ารูปแบบโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index : RFI) มีค่าเท่ากับ 0.014 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูล
4. ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี

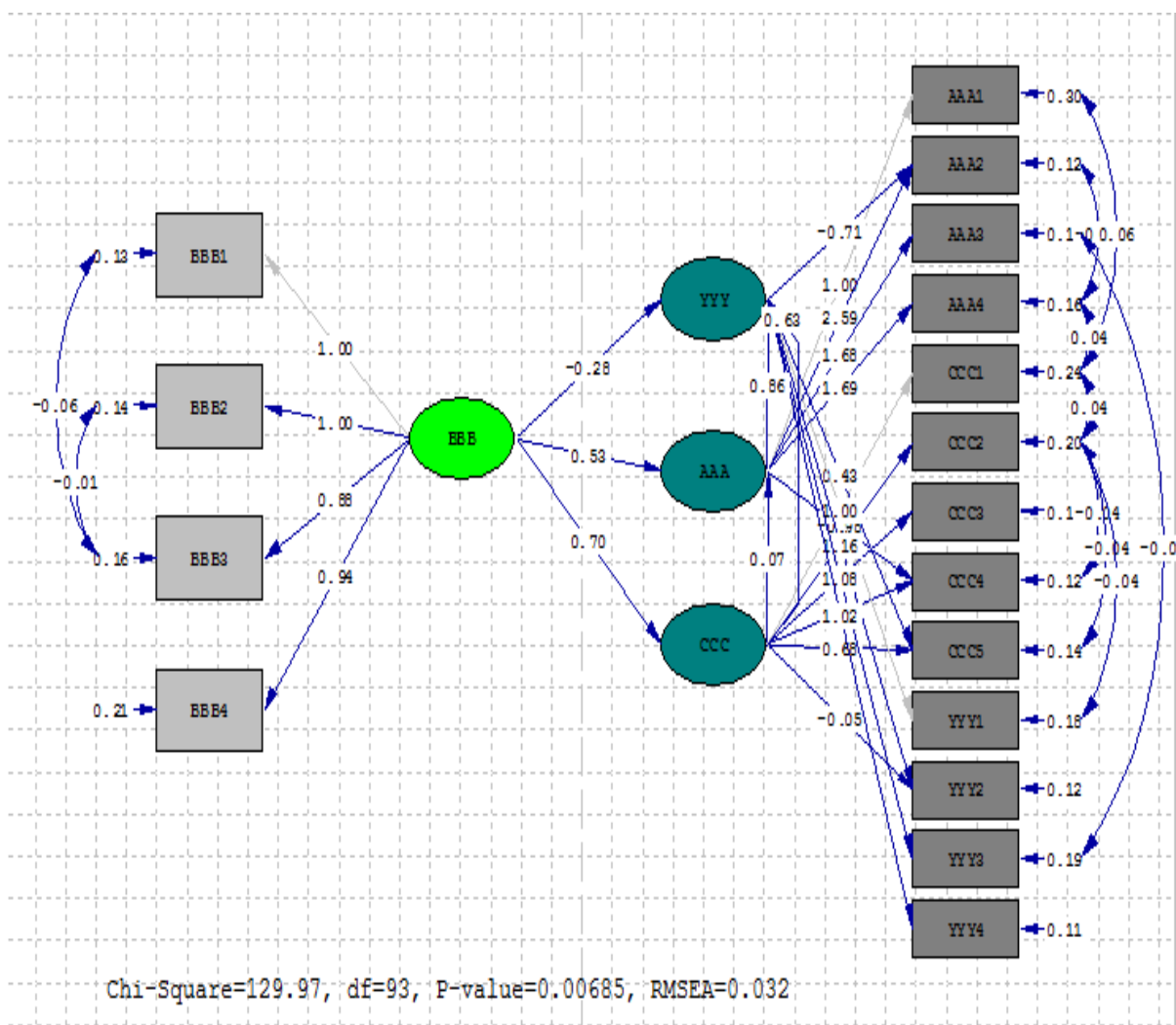
จากค่าสถิติที่แสดงข้างต้น ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยั่งยืนเป็นผลการยืนยันองค์ประกอบของปัจจัย 3 ปัจจัยหลัก 13 องค์ประกอบของปัจจัยย่อยของผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ แสดงให้เห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขต

กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบของปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยในการให้บริการ (FACTSER) ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อยคือ สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) การเข้าถึง (ACCESS) การต้อนรับ (HOSPIT) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบของปัจจัยย่อยคือ สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) และสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบของปัจจัยย่อย คือ เพศ (GENDER) อาชีพ (OCCUPA) รายได้ (INCOME) ถิ่นที่อยู่ (DOMOCIL) และแรงจูงใจ (MOTIVAT) ตัวแปรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบของปัจจัยย่อย คือ การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) การจัดการเชิงระบบ (SYSMANG) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) ซึ่งผู้วิจัยสร้างโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากภาพพบว่า ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีค่าเท่ากับ 0.86 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ต่อปัจจัยในการให้บริการ และต่อคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ -0.28, 0.53 และ 0.70 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนและต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.63และ 0.07 ตามลำดับ



ภาพที่ 4 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากแผนภาพที่ 4 แสดงรูปแบบโมเดลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้างได้ดังนี้ คือ

$$\begin{aligned} \text{การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน} &= 0.86 * \text{ปัจจัยในการบริการ} + 0.63 * \text{คุณลักษณะของ} \\ & \quad (0.29) \qquad \qquad \qquad (0.15) \\ & \quad 2.96 \qquad \qquad \qquad 4.20 \\ \text{นักท่องเที่ยว} &= -0.28 * \text{ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม,} \\ & \quad (0.21) \\ & \quad -1.32 \\ \text{Errorvar.} &= 0.039, R^2 \text{ เท่ากับ } 0.77 \dots\dots\dots(1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยในการบริการ} &= 0.069 * \text{คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว} + 0.53 * \text{ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการ} \\ & \quad \text{ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม,} \\ & \quad (0.10) \qquad \qquad \qquad (0.094) \\ & \quad 0.68 \qquad \qquad \qquad 5.64 \\ \text{Errorvar.} & \text{ เท่ากับ } 0.011, R^2 = 0.89 \dots\dots\dots(2) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว} &= 0.70 * \text{ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม,} \\ & \quad (0.058) \\ & \quad 12.13 \\ \text{Errorvar.} & \text{ เท่ากับ } 0.029, R^2 = 0.81 \dots\dots\dots(3) \end{aligned}$$

จากสมการ โครงสร้างข้างต้นนี้สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยในการบริการของแหล่งท่องเที่ยว มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เท่ากับ 0.86 โดยพิจารณาค่า t มีค่าเท่ากับ 2.96 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน มีค่าน้อยคือ มีค่า SE เท่ากับ 0.29 ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เท่ากับ 0.63 โดยพิจารณาค่า t มีค่าเท่ากับ 4.20 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน มีค่าน้อย คือ มีค่า SE เท่ากับ 0.15 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางลบต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เท่ากับ -0.28 โดยพิจารณาค่า t มีค่า

เท่ากับ -1.32 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน มีค่าน้อย คือ มีค่า SE เท่ากับ 0.21 และสามารถอธิบายความแปรปรวน (R^2) ได้ร้อยละ 77 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมการ พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยปัจจัยในการให้บริการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีอิทธิพลทางลบจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

จากสมการพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 0.07 โดยพิจารณาค่า t มีค่าเท่ากับ 0.68 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน(Standard Error) มีค่าน้อย คือ มีค่า SE เท่ากับ 0.10 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลต่อปัจจัยในการให้บริการ เท่ากับ 0.53 โดยพิจารณาค่า t มีค่าเท่ากับ 5.64 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน มีค่าน้อย คือ มีค่า SE เท่ากับ 0.09 และสามารถอธิบายความแปรปรวน (R^2) ได้ร้อยละ 89 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมการ พบว่า ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีสัมประสิทธิ์อิทธิพลต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.70 โดยพิจารณาค่า t มีค่าเท่ากับ 12.13 ในขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน มีค่าน้อย คือ มีค่า SE เท่ากับ 0.06 และสามารถอธิบายความแปรปรวน (R^2) ได้ร้อยละ 81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมการ พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 29 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตัวแปร	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ		
			FACTSER AAA	FACTENCT BBB	FACTCHAT CCC
SUSCULT (YYY)	0.77	DE	0.86*	-0.28*	0.63*
		IE	-	0.014*	0.06*
		TE	0.86*	-0.266	0.69*
FACTENCT (AAA)	0.89	DE	-	0.53*	0.07*
		IE	-	0.05*	-
		TE	-	0.58*	0.07*
FACTCHAT (CCC)	0.81	DE	-	0.70*	-
		IE	-	-	-
		TE	-	0.70*	-

Chi-Square = 129.97, df=93, GFI = 0.96, AGFI = 0.94, RMR = 0.010, RMSEA = 0.032

DE = Direct Effect , IE = Indirect Effect , TE = Total Effect * p< 0.05

จากตารางที่ 29 สามารถอธิบายเส้นทางความสัมพันธ์ได้ว่า พบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.86, -0.266 และ 0.69 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยในการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.58 และ 0.07 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (Squared Multiple Correlation) พบว่า (1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองเท่ากับ 0.77 แสดงว่า ร้อยละ 77.00 ของความแปรปรวนของด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (2) ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองเท่ากับ 0.89 แสดงว่า ร้อยละ 89.00 ของความแปรปรวนของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (3) ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง เท่ากับ 0.81 แสดงว่า ร้อยละ 81.00 ของความแปรปรวนของปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย โดยการศึกษาแบบคู่ขนานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จะนำมาช่วยในการสนับสนุนหรือขยายใจความ ในการอภิปรายผล ให้เห็นสภาพของตัวแปรหลัก ได้ชัดเจนมากขึ้นอันจะนำไปสู่การสรุปผลการวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการเก็บข้อมูลที่เจาะนับไม่ได้ (หรือไม่เป็นตัวเลข) เน้นการสร้างแนวคิดและตีความเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว โดยใช้การสังเกต สัมภาษณ์และการจดบันทึก ไม่ใช้สถิติขั้นสูงในการวิเคราะห์แต่ใช้ในการอนุมาน (Induction Approach) เป็นการทำวิจัยในสภาพธรรมชาติ ไม่มีการจัดหรือควบคุมสภาพแวดล้อม ผู้วิจัยจะสรุปปัญหาด้วยตรรกะแบบอุปมัย (Induction) มองภาพรอบๆ ด้าน (Holistic Perspective) เน้นกระบวนการพลวัต (Dynamic) และบริบท (Contextual) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยที่มีการยืดหยุ่นสูง เน้นความรู้สึกร่วมและความเข้าใจ (Empathy and Insight) เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยต้องเป็นกลาง (อรุณ รักธรรมและณรงค์ กุลนิเทศ, 2552 อ้างถึงใน กิตติรัตน์ ฐานสุวรรณศรี, 2554, น.218)

ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการค้นข้อมูลโดยให้ความสำคัญกับความหมายในทัศนะของผู้ตอบ การค้นหาคำครั้งนี้เป็นการค้นหาระบบการคิดและระบบความเชื่อของผู้ตอบโดยตรงเป็นการค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาเพื่อเสริมงานวิจัยเชิงปริมาณ สามารถช่วยอภิปรายปรากฏการณ์ที่ได้จากงานวิจัยเชิงปริมาณให้ชัดเจนยิ่งขึ้นและเป็นไปตามทฤษฎี แนวคิดและสมมติฐาน ผู้วิจัยได้จัดลำดับการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนงานวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนเป็นการสัมภาษณ์ทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวใช้การสุ่มแบบบังเอิญ โดยผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างขณะลงเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในการสัมภาษณ์คำนึงความถูกต้องของการได้มาซึ่งข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังปรากฏในตารางที่ 30 - 33 ดังนี้

ตารางที่ 30 บทสรุปทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER)

คนที่	ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงและการต้อนรับ
1	นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้บริการในด้านสถานที่จอดรถให้เพียงพอและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยในการติดต่อประสานให้การท่องเที่ยว สามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วในแต่ละครั้งไปเยี่ยมชม
2	ด้านปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยอำนวยความสะดวกจัดอยู่ในระดับปานกลาง เช่น การรักษาความปลอดภัย การจัดเจ้าหน้าที่ระลึกละและการใช้สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
3	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระบุว่า การจัดระบบรักษาความปลอดภัยยังไม่เพียงพอ
4	ด้านการสื่อสารการใช้ภาษา ควรจัดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศไว้เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสอบถาม การให้คำแนะนำตลอดจนการให้ความช่วยเหลือต่างๆ

ตารางที่ 30 (ต่อ)

คนที่	ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงและการต้อนรับ
5	มีการแสดงความคิดเห็นในส่วนของการต้อนรับ โดยระบุว่ามีการต้อนรับดี มีการชี้แจงแนะนำอย่างเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่มาก ถึงแม้ว่าบางจุดเจ้าหน้าที่อาจจะไม่เพียงพอก็ตาม
6	การประชาสัมพันธ์ในส่วนของการเข้าถึงสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบายในการเดินทาง เส้นทางการเดินทาง การให้ขั้วควยานพาหนะต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่าการจัดการที่ดีมาก เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการขายโดยการบอกต่อๆ กัน และสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้
7	ในส่วนของภาครัฐวัดเป็นศูนย์กลางในทุกด้านของคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณจึงควรมีการพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง เพราะจะเป็นจุดขาย จุดดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาศึกษาหาความรู้ชื่นชมในศิลปะความงามที่แตกต่างจากประเทศอื่น นอกจากนี้ ควรมีการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป
8	ควรมีการวางแผนการจัดการอย่างเป็นระบบ มีความเห็นว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการมาก
9	การดำเนินกิจการใดๆ ในวัดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะเดียวกันก็ต้องดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของประเทศไทย
10	การจัดระบบบริหารจัดการต้องอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถทางด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ การดูแลนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน การดูแลด้านภูมิทัศน์ความสวยงามและความสะอาด เป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดที่ให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีก
11	ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนมีความเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวเพราะวัดเป็นศูนย์กลางทางด้านจิตใจของชาวพุทธ
12	ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนส่วนใหญ่ขาดการประสานงานกับภาครัฐ ทำให้การจัดบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้า การรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวรวมทั้งการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อเป็นของที่ระลึกจัดอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

คนที่	ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงและการต้อนรับ
13	ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวมีความพยายามเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มาก โดยเฉพาะส่วนของการบริการการเดินทางให้สะดวกสบาย
14	ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวถือว่าเป็นหน้าที่โดยตรงที่ต้องมีการจัดยานพาหนะให้พอเพียง การระบุเส้นทาง การเดินทางและความคุ้มค่าของนักท่องเที่ยว
15	ด้านการต้อนรับบางครั้งประสบปัญหาเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอและการให้ข้อมูล ความรู้และสิ่งให้นักท่องเที่ยวต้องการมาศึกษา โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการต้อนรับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน มีความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้านปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ส่วนมากเห็นว่ สิ่งดึงดูดใจที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นปัจจัยย่อยที่สำคัญ ทั้งนี้ เพราะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ชาวต่างชาติต้องการมาก โดยเฉพาะการได้มาชื่นชมศิลปและวัฒนธรรม เพราะวัดเป็นศูนย์รวมทางด้านจิตใจ วัดมีสิ่งดึงดูดใจที่มีคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าควรจัดระบบระเบียบ การดูแลรักษาความสะอาด ความสวยงามเพิ่มขึ้นในระดับมากและมีประเด็นที่เป็นข้อค้นพบ คือ ด้านการสื่อสาร การใช้ภาษา ควรจัดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในส่วนของ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และสถานที่จอดรถเพราะนักท่องเที่ยวมักประสบปัญหาเรื่องการจอดรถมาก สำหรับการบริการเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์ไฟฟ้ามีความพอเพียง การเข้าถึงที่เกี่ยวกับการเดินทาง การระบุเส้นทางในแผนที่ ยานพาหนะ การประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็นมาก ในขณะที่ความสามารถในการศึกษาเส้นทางจากอินเทอร์เน็ต สามารถกระทำได้ในจุดที่มีสัญญาณ เช่น ตามโรงแรม ห้างสรรพสินค้า ซึ่งควรพัฒนาเพิ่มขึ้น การต้อนรับนักท่องเที่ยวในภาพรวมดีมาก แต่บางจุดในวัดหรือสถานที่สำคัญ ในวัด ควรจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลหรือควรมีการอธิบาย โดยการเขียนเป็นภาษาอังกฤษด้วยและควรมีการบูรณะซ่อมแซม ส่วนที่ชำรุดให้อยู่ในสภาพดี

ตารางที่ 31 บทสรุปทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT)

คนที่	ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย
1	รัฐควรมีนโยบายสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
2	รัฐควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องในด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะประเทศไทยมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมมากมาย
3	สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว
4	สถานะทางการเงินส่งผลต่อการท่องเที่ยวมาก
5	อัตราค่าจ้างแรงงานที่ขยับตัวสูงขึ้นทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวประสบปัญหาการจ้างงานมาก
6	การเกิดอุทกภัย น้ำท่วม ทำให้การฟื้นฟูล่าช้า ศาสนสถานบางแห่งยังไม่ได้รับการปฏิสังขรณ์
7	การเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารได้รับความนิยมมาก เพราะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวดเร็วและช่วยในการประหยัดได้มาก
8	ควรพัฒนาด้านการสร้างเครือข่าย การวางระบบ การประสานงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
9	ภาครัฐควรสนับสนุนส่งเสริมบุคลากรให้ได้รับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง
10	สนับสนุนด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
11	การเมืองของประเทศยังไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว
12	บทบาทที่ชัดเจนด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบายด้านการจัดการ เพื่อให้เกิดการประสานงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ควรบรรจุเป็นนโยบายเร่งด่วน
13	กฎ ระเบียบและมาตรการทางกฎหมาย มีผลต่อการท่องเที่ยวบ้างในบางกรณี
14	ปัญหาการขาดแคลนเจ้าหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งที่ไม่ส่งผลทางบวกต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ตารางที่ 31 (ต่อ)

คนที่	<p style="text-align: center;">ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย</p>
15	<p>การควบคุม การดูแลนักท่องเที่ยวบางพื้นที่ซึ่งหละหลวม มีการเลือกปฏิบัติในบางพื้นที่ เจ้าหน้าที่มีขั้นตอนการปฏิบัติที่ยุ่งยาก ซับซ้อน นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจและไม่เอื้อต่อผู้ ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว</p>

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน มีความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในประเด็นที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ในส่วนของสถานะทางการเงิน รายได้ของนักท่องเที่ยว ภาวะการจ้างงาน อัตราการเพิ่มค่าบริการและการเพิ่มของระดับราคาสินค้า กล่าวได้ว่า มีผลต่อการท่องเที่ยวมาก ในประเด็นการเกิดอุทกภัย น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวในระดับปานกลางเท่านั้นและมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ความมีนโยบายสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง สำหรับสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทุกฝ่ายมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยว เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยและการเลือกใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยในการประหยัดทั้งเวลาและเงินได้ในระดับมาก สำหรับข้อค้นพบในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐควรพัฒนาการสร้างเครือข่าย การวางระบบการประสานงานร่วมกับภาคเอกชนและส่งเสริมบุคลากรให้ได้รับพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของสภาพแวดล้อมทางการเมือง ควรเน้นด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวก รวดเร็ว การจัดการ การประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งการสร้างบรรยากาศทางการเมืองที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้านสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย ควรมีการยืดหยุ่นในส่วนที่ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของประเทศ ควรเน้นให้มีการควบคุมในทุกพื้นที่ ไม่เลือกปฏิบัติ แต่ก็ไม่ปล่อยปละละเลย ซึ่งในส่วนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีความเห็นว่า ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ท่องเที่ยวให้มีความสนใจในระดับต้นๆ โดยมีภาพรวมเรื่องสภาพแวดล้อมทางกฎหมายอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 บทสรุปทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT)

คนที่	ด้านปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) เพศ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่และแรงจูงใจ
1	คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการเจาะจงว่าเป็นเพศหญิงหรือชาย ส่วนใหญ่จะมีคละๆ กัน
2	กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเน้นความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
3	ไม่มีข้อจำกัดใดๆ ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะมากับเพื่อนญาติหรือคู่รัก
4	การเดินทางที่มีความยากลำบากไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของเพศหญิง
5	นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่ตนสนใจและมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีความอดทนตั้งใจมาท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวที่สู้อายุมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นแต่ไม่เป็นอุปสรรคใดๆ ในการจัดการท่องเที่ยว
6	ด้านความหลากหลายในอาชีพของนักท่องเที่ยวส่งผลในระดับปานกลาง
7	โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับอาชีพของนักท่องเที่ยวปานกลาง
8	ความยุ่งยากจะเกิดปัญหาเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมาก แต่สามารถแก้ปัญหาได้
9	ความรักในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดการหลอมรวมจิตใจ จะเห็นได้จากการเคารพในสถานที่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แม้จะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ แต่โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวต้องการความรู้ต้องการศึกษาข้อมูล จุดนี้ทำให้เกิดมุมมองว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยังคงอยู่อย่างยั่งยืน
10	ด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดรายการการท่องเที่ยว กิจกรรม ความสะดวกสบาย ในระดับมาก
11	ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนจะทำการประเมินค่าใช้จ่าย เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยในระดับปานกลาง เนื่องจากถ้าเน้นว่าต้องเป็นผู้มีรายได้สูงลูกค้าจะน้อย บางครั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวก็จะต้องคำนวณความคุ้มค่าในการลงทุนด้วย

ตารางที่ 32 (ต่อ)

คนที่	ด้านปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) เพศ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่และแรงจูงใจ
12	อำนาจซื้อของนักท่องเที่ยวจะสูง ถ้ามีรายได้สูงและส่งผลต่อความสะดวกสบายมาก
13	ด้านที่อยู่ของนักท่องเที่ยว ถ้าหากมีสภาพคล้ายคลึงกับสถานที่ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจะส่งผลมากที่นักท่องเที่ยวจะไม่มา ในทางกลับกันถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะมาท่องเที่ยว จะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถจัดการการท่องเที่ยวได้ง่าย ในระดับมาก
14	การเดินทางไปท่องเที่ยวต่างถิ่น การอนุรักษ์สภาพท้องถิ่นหรือถิ่นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนรวมทั้งการฟื้นฟู การบูรณะ ศาสนสถาน วัด ฯลฯ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนต่อไปในระดับมากเช่นกัน
15	การโฆษณา การได้รับสิทธิต่างๆ การลด แลก แจก แถม อัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดและความสนใจชื่นชมหรือความต้องการศึกษาหาความรู้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมาก

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน มีความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้านปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับเพศและอาชีพ ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมปานกลาง เพศหญิงหรือเพศชายไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามมีประเด็นที่บ่งชี้ว่า นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง มีความอดทนตั้งใจมาท่องเที่ยวทุกๆ ที่มีอายุมาก ในส่วนของรายได้จะเป็นตัวกำหนดแผนการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ในระดับมาก ด้านถิ่นที่อยู่อาศัยและแรงจูงใจก็เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในประเด็นการโฆษณา การได้รับสิทธิต่างๆ เช่น การลดราคา การแจก แจก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ใดยังพบอีกว่าแรงจูงใจที่สำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การศึกษาหาความรู้และความศรัทธาในพระพุทธศาสนาที่ได้รับจากการบอกเล่าต่อๆ กันมา

ตารางที่ 33 บทสรุปทัศนคติของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน ด้านปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT)

คนที่	ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า การจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
1	ในส่วนของวัดจัดว่าเป็นศูนย์รวมในทุกๆ สิ่ง เช่น จิตใจ ศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาช้านาน
2	การเรียนรู้ในอดีตจะเริ่มต้นที่วัด วัดคือคลังของความรู้ ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้เป็นอย่างมาก
3	การเพิ่มคุณค่าของวัดเกิดจากการถ่ายทอดองค์ความรู้ กิจกรรมในวันสำคัญๆ และบุคลากรในวัดรวมถึงบุคคลที่อยู่ในชุมชนบริเวณรอบๆ วัด
4	บุคลากรในชุมชนรอบๆ วัดเป็นตัวขับเคลื่อนให้ดำรงไว้ซึ่งสิ่งล้ำค่า เช่น พระพุทธรูป การอนุรักษ์โบราณสถาน สิ่งปลูกสร้างที่สวยงามและสภาพแวดล้อมโดยรวม วัดหลายแห่งยังคงสวยงามอย่างยากที่จะหาสิ่งใดมาเปรียบ
5	บทบาทของวัดหลายด้าน ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะการจัดบริการที่หลากหลาย
6	ด้านการจัดการ มีการวางแผนการจัดการอย่างเป็นระบบรวมทั้งแผนพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน
7	วัดหลายแห่งมีการสร้างเครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลมากขึ้น
8	มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อป้องกันผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและการประเมินผล ซึ่งในส่วนของ การประเมินผลยังจัดว่าอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามก็ได้มีการวางแผน การประเมินผลอย่างต่อเนื่องแล้ว
9	การมีส่วนร่วมของชุมชนในส่วนของภาครัฐกับบุคลากรในชุมชนและผู้เกี่ยวข้องมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีมาก
10	ภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ความร่วมมือเป็นอย่างมาก
11	ในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์มีการบริหารจัดการให้เกิดความเสมอภาค ลดการขัดแย้งและการขัดผลประโยชน์

ตารางที่ 33 (ต่อ)

คนที่	<p style="text-align: center;">ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า การจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว</p>
12	จัดระบบการขายสินค้าพื้นเมือง โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมและสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นๆ
13	มีการระดมผู้มีความรู้ความสามารถมาให้คำปรึกษาในแต่ละด้าน โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี บางแห่งได้รับการสนับสนุนจากผู้มีจิตศรัทธาด้านงบประมาณ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีและส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก
14	มีการจัดตั้งกลุ่ม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดความรักต่อสิ่งดีงามในวัด มีการนำเสนอจุดเด่นของวัด เช่น การนวด มีการใช้มัคคุเทศก์ที่เป็นมืออาชีพและมีการถ่ายทอดเจตคติที่ดีแก่นักท่องเที่ยวและรับฟังข้อเสนอจากทุกภาคส่วน ซึ่งบางส่วนต้องใช้เวลาในการแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องต่างๆ
15	มีการจัดกิจกรรมยกย่องเชิดชูเกียรติผู้มีอุปการคุณต่อวัดให้เป็นที่ประจักษ์ อย่างไรก็ตาม องค์กรสร้างเครือข่ายที่เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อวัดไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนในอดีต ทั้งนี้เพราะสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ประกอบกับมักมีการนำเสนอบทบาทเกี่ยวกับพระไปในทางลามากขึ้นและมีพระที่อาศัยวัดเป็นแหล่งทำมาหากินและประพฤติผิดวินัยสงฆ์อยู่เนืองๆ การสร้างศรัทธาจึงไม่ใช่เรื่องง่ายอีกต่อไป

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัดในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน มีความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เกี่ยวกับการศึกษาและการเพิ่มคุณค่าวัดเป็นศูนย์รวมของสรรพความรู้ มีการถ่ายทอดวัฒนธรรม สิ่งดีงามต่างๆ มาก สำหรับการจัดการเชิงระบบ ปัจจุบันวัดทุกแห่งมีการวางแผนการจัดการแทบทั้งสิ้น เพียงแต่ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นนักจัดการ มีความเข้าใจในบริการต่างๆ ของวัดแต่ละแห่ง ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีการสนับสนุนจากภาคเอกชน ผู้มีจิตศรัทธาอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบุคลากรของวัดบางแห่งที่สร้างความเสื่อมเสียไปในทางลบอยู่เนืองๆ แต่เนื่องจาก

บุคลากรในชุมชนและผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจที่ดีว่าในกลุ่มคนหนุ่มมากย่อมมีทั้งคนดีและไม่ดีปะปนกัน ดังนั้น หลายองค์กรรวมทั้งบุคลากรภายในวัดหลายแห่งจึงใช้สถานการณ์ดังกล่าว มาสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดภาพลบ ปัจจัยย่อยดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในระดับมากซึ่งทุกฝ่ายควรเข้ามามีส่วนร่วมตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายและดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งรวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้าใจภาษาอังกฤษและเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 55,800 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามเพื่อหาระดับปัจจัยและศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานครและแบบสัมภาษณ์เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุดคือ การเข้าถึง (ACCESS) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) และการต้อนรับ (HOSPIT) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53, 3.51, 3.48 และ 3.42 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง (POLITIC) รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) และสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52, 3.50, 3.48 และ 3.41 ตามลำดับ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ

ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) และแรงจูงใจ (MOTIVAT) รองลงมาคือ รายได้ (INCOME) เพศ (GENDER) และอาชีพ (OCCUPA) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62, 3.52, 3.45 และ 3.44 ตามลำดับ และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากที่สุด คือ การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) รองลงมาคือ การจัดการเชิงระบบ (SYSMANG) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69, 3.59, 3.57 และ 3.53 ตามลำดับ

2. ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีค่าเท่ากับ 0.86 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ -0.28, 0.53 และ 0.70 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงต่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนและต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.63 และ 0.07 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (FACTSER) มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ การเข้าถึง (ACCESS) สิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) ระดับปานกลาง คือ สิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) และการต้อนรับ (HOSPIT) โดยการเข้าถึง (ACCESS) เป็นองค์ประกอบที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐมีการประสานความร่วมมือกัน โดยมีการจัดการเดินทางที่สะดวกสบาย มีการระบุเส้นทางในแผนที่อย่างละเอียด การจัดหาหน้ไว้สำหรับบริการมีความเพียงพอและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าการศึกษาเส้นทาง การเดินทางจากอินเทอร์เน็ตจะทำได้ในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของคิม และแพนนิ่งตัน เกรย์ (Kim and Penning ton Gary, 2003) ที่เสนอว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความสะดวก มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย 1) การคมนาคมที่สามารถขนส่งนักท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งได้สะดวกอีกทั้งการขนส่งภายในประเทศก็จะต้องสะดวกสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียงได้และต้องปลอดภัย ทั้ง 3 ทางได้แก่ ทางบก มีถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารและพาหนะต่างๆ สามารถเดินทางได้สะดวก รวมถึงไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งโดยปกติ

สาธารณูปโภคพื้นฐานนี้ส่วนใหญ่ภาครัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐาน ทางน้ำจะต้องมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยทางอากาศจะต้องมีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสายการบินหลายสาย 2) การเข้าเมืองต้องมีพิธีการเข้าเมืองที่เป็นสากล มีบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบและบริการจัดส่งนักท่องเที่ยวไปยังที่พักต้องมีระบบการจัดการที่ดี โดยยึดหลักเกณฑ์ 3 ประการ คือ สามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สภาพยานพาหนะดีปลอดภัย ระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางต้องมีความชัดเจนปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อยและประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น ส่วนการต้อนรับ (HOSPIT) มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด เนื่องจากจำนวนเจ้าหน้าที่ที่จัดไว้ต้อนรับในแต่ละจุดไม่เพียงพอเช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่ที่จัดไว้สำหรับบริการนำเที่ยวในวัด ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาศึกษาหาความรู้ยังไม่สามารถรับข้อมูลได้ตามต้องการ ถึงแม้ว่าจะมีการจัดเจ้าหน้าที่ให้มาชี้แจง อนุญาต ขอบขัง การปฏิบัติตนขณะมาท่องเที่ยวไว้ ตลอดจนมีการฝึกฝนให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ มีความรับผิดชอบในหน้าที่และมีกริยามารยาทที่ดีมาคอยบริการแล้วก็ตาม ซึ่งส่วนนี้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก (AMENIT) นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่าการจัดสถานที่จอดรถให้พอเพียง มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ เคมเบิลทีวี วิทยุ โทรทัศน์และสิ่งสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ ורתัยเสียงเสนอ (2552) ที่เสนอว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวได้แก่ ที่พักที่มีอัตราค่าบริการค่าที่พักที่เหมาะสมมีบริการที่ได้มาตรฐานสากล ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาด ราคายุติธรรม สินค้าของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติและปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น ระบบสื่อสารต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปาและการบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

นอกจากนี้การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ก็เป็นสิ่งจำเป็นเช่นกัน ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATTRAC) นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นที่วัดเป็นศูนย์รวมทางด้านจิตใจของพุทธศาสนิกชน วัดมีสิ่งดึงดูดใจที่มีคุณค่าทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม วัดสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้ หากมีการจัดระบบระเบียบ ดูแลรักษาความสะอาด ทำนุบำรุงให้สวยงามอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ มิล (Mill, 1990 อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษย์, 2554) จัสติน ครูโต (2006) ที่เสนอว่า ความสามารถในการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ เช่น วัดเป็นสิ่งสำคัญมากในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ เป็นการใชทรัพยากรอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว มีความพยายามที่จะเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของ การให้บริการเกี่ยวกับการเดินทางที่สะดวกสบาย การจัดงานพาหนะที่มีประสิทธิภาพและพอเพียง ข้อค้นพบ จากผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนส่วนใหญ่ คือ ขาดการประสานงานกับภาครัฐ ทำให้การบริการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบสื่อสาร ระบบไฟฟ้าและการรักษาความปลอดภัย จะต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ อีวานน่า โลการ์ (Ivana Logar, 2009) ที่เสนอว่า ผู้ให้บริการต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและได้รับการฝึกฝนมาอย่างเพียงพอ มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและมี ทัศนคติที่ดีและยังสอดคล้องกับ บุญเลิศ เปเรร์รา (2553) ประสพพร พุ่มพวง (2545) ที่เสนอว่า การบริการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมาก ในส่วนของการจัดการเจ้าหน้าที่ให้บริการตามจุดต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญเช่นกัน เพราะบางครั้งนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก็สามารถซักถามได้ทันที ซึ่งนำไปสู่ข้อค้นพบว่า ด้านการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ให้บริการจะต้องเรียนรู้และสามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน การใช้ภาษาจึงเป็นจุดที่จำเป็นที่ต้องตระหนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในอาเซียนและกำลังดำเนินการสร้างเครือข่ายเพื่อประสานงานด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ในส่วนของการต้อนรับ มักประสบปัญหาเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอบางครั้งการให้ข้อมูล ความรู้ต่างๆ ไม่ทั่วถึง ซึ่งนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นว่าการต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญมาก สอดคล้องกับ อรวรรณ สันติภาพ(2550) ที่เสนอว่า การต้อนรับเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์โดยตรงเนื่องจากเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนมา โดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่บริการนำเที่ยวให้ความรู้และคอยแนะนำ นักท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง เพื่อความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เนื่องจากความแออัดในเขตกรุงเทพมหานคร อันเนื่องมาจากปริมาณรถที่มีมากส่งผลให้การจราจรติดขัด ส่วนสิ่งดึงดูดใจ เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้มีความพยายามที่จะดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จแต่มีประสบปัญหาด้านการเมือง งบประมาณ ที่จะนำมาพัฒนาด้านศิลปะและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในส่วนของวัด บางแห่งก็ประสบปัญหาด้านความแออัดไม่สามารถปรับภูมิทัศน์ได้ การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและภาวะการจ้างงานที่สูงขึ้น การที่จะทำให่วัดเป็นศูนย์รวมหรือดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จึงต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ การบริหารจัดการต้องอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน จึงจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีก สอดคล้องกับ เชียร์รี เอเบอร์ (Shirley Eber, 1992) ที่เสนอว่า การอนุรักษ์ทรัพยากร โบราณสถาน เช่น วัด ซึ่งเป็นสิ่งก่อสร้างที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมที่มีมาช้านาน ต้องมีนโยบายชัดเจนและต้องอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถและงบประมาณจากภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้มีจิตศรัทธาในศิลปะและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ยังพบว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรที่ทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น วัดต้องให้คนในชุมชนรับรู้ถึงคุณค่าและการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวควรดำเนินการ โดยการจัดทำเป็นโครงการ แผนระยะสั้นและแผนระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (FACTENCT) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) และสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (ECONOM) ระดับปานกลาง คือ สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (TECHINV) และสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) โดยสภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) เป็นองค์ประกอบที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการวางนโยบายไม่สามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย โดยเฉพาะการวางนโยบายพัฒนาระบบคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวกรวดเร็ว เพราะปัญหาความล่าช้าจากการเบิกจ่ายงบประมาณ ผู้รับเหมาไม่ดำเนินการตามสัญญา การประกาศขึ้นค่าแรงของรัฐบาล ทำให้ผู้รับเหมาไม่สามารถดำเนินการตามสัญญาได้ นโยบายด้านการจัดการในส่วนของการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขาดการประสานงานอย่างเป็นระบบ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐไม่ได้กระทำอย่างต่อเนื่อง ทำให้บางช่วงนักท่องเที่ยวซบเซาประกอบกับบรรยากาศทางการเมืองไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เกิดความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมืองอยู่เนืองๆ สอดคล้องกับ อิวานน่า โลการ์ (Ivana Logar, 2010) ที่เสนอว่า นโยบายทางการเมืองที่เอื้อต่อการเดินทางและแลกเปลี่ยนข่าวสาร เช่น มีระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจต่อความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกัน ทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาดและการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกัน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับไบร์ดและคาร์ดินีส (Brid and Cardinesse, 2006) ที่เสนอว่า การเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศอาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงปลอดภัยส่งผลให้เกิดการเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้ามสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวกว้างขวาง อย่างไรก็ตามก็ดีสภาพแวดล้อมทางการเมืองก็ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือทำการตลาดอย่างไม่หยุดยั้งและวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนและการใช้เทคโนโลยี

ในส่วนของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECONOM) เป็นองค์ประกอบที่รองลงมาจากสภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง ในปัจจุบันธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้รับความนิยมนำขึ้นเนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศมีมูลค่ามหาศาล การดำเนินการ การบริหารจัดการส่วนหนึ่งจะมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นช่องว่างให้เกิดการกระทำผิดมากขึ้น ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เกิดจากตัวบุคคลมากกว่าระบบการจัดการ ผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงชื่อเสียงของประเทศ การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยการรักษาภาพลักษณ์ให้ดีตลอดไปเพราะถ้าสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจดีก็จะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหนทางที่สร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล สอดคล้องกับ เทเวอร์ มูเลส (Taver Mulest, 2008) ที่เสนอว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยให้คนในประเทศมีรายได้และถ้าภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยการจัดการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคควบคู่กันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรกำหนดเป็นนโยบายเศรษฐกิจอันนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ นโยบายเศรษฐกิจประกอบด้วยความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจและเสรีภาพทางเศรษฐกิจ โดยที่นโยบายเศรษฐกิจจะเป็นตัวขับเคลื่อนหลักและสอดคล้องกับ สุรพล เสวตเสรณี (2555) ที่เสนอว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นการสร้างสมดุลในมิติมูลค่าที่ประเทศไทยได้รับและให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์ดึงดูดกลุ่มกระแสหลักที่มีศักยภาพในการจับจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว เพราะด้านการท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือในทุกภาคส่วน เพื่อนำเอาจุดขายมานำเสนอให้ทุกประเทศประจักษ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติได้อีกมาก เพราะความต้องการของชาวต่างประเทศที่นิยมมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการวิจัยเชิงปริมาณ ควรมีบทบาทที่ชัดเจนด้านการจัดการให้เกิดการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรบรรจุเป็นนโยบายเร่งด่วนและมีความจริงจังในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าสถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองจะไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว ภาครัฐก็ควรจะทำแผนยุทธศาสตร์เชิงรุกด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวมีอัตราการแข่งขันระหว่างประเทศสูงมาก นอกจากนี้การประสบปัญหาอัตราค่าจ้างแรงงานที่ขยับตัวสูงขึ้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรผนึกกำลังเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน สอดคล้องกับ คอม แคมพิรานอล (2009) ที่เสนอว่า การประชุมร่วมกันระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรวมถึงการประชุมร่วมกันระหว่างประเทศจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบที่มีระดับความคิดเห็นรองลงมาจากสภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง ส่วนสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) ที่ระดับความ

คิดเห็นน้อยที่สุด เนื่องจากกฎหมายในประเทศไทยมีความสลับซับซ้อน โดยเฉพาะกฎหมายเกี่ยวกับที่ดินบางฉบับมีความเกี่ยวข้องกับโบราณสถาน วัดและสถานที่สำคัญๆ หลายแห่ง บางครั้งความไม่ชัดเจนของกฎหมายก็ก่อให้เกิดโทษอย่างมหาศาลและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทวี ศรีบุรี (2549) วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์ (2550) ที่นำเสนอว่า กฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนและด้วยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการสั่งการทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายต่างๆ เพื่อรองรับการดำเนินการและให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายได้ตระหนักและถือปฏิบัติตาม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เช่น พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่า กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและมาตรการทางกฎหมายมีผลต่อการท่องเที่ยวในบางกรณี เช่น เจ้าหน้าที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกรณีนักท่องเที่ยวถูกลัก วิ่ง ชิง ปล้น ข่มขืน มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ในส่วนของกฎหมายเกี่ยวกับองค์กรการดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยกฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถานบริการ โรงแรมและธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องมาใช้บริการ ซึ่งมีอัตราเสี่ยงต่อการเกิดเหตุร้ายต่อนักท่องเที่ยว

สำหรับสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและจากการสัมภาษณ์ พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายการวางระบบ การประสานงานและมีข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งคือการส่งเสริมบุคลากรให้ได้รับการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ จิรา บัวทอง (2550) ที่เสนอว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ เทคโนโลยีทางการสื่อสารได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลที่ช่วยในการวางแผนการท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว เช่น การสำรองการเดินทางในเรื่องของตั๋วเครื่องบิน รถเช่า รถไฟ โรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและสอดคล้องกับแนวคิดของ มินนี่และมาร์สัน (Milne and Mason, 2000) ที่เสนอว่า ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการบิน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นับได้ว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การใฝ่มีมติแนวคิดด้านเทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้มีผู้สนับสนุนอย่างมากในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในการท่องเที่ยว การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้

น่าจะช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น WWW จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) สามารถนำประโยชน์นำความรู้มาสู่ชุมชนแต่ละชุมชนได้ถ้าหากมีการใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม เพราะว่าเทคโนโลยีสามารถสร้างเครือข่ายให้ผู้ใช้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยภาพรวมถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) แรงจูงใจ (MOTIVAT) และรายได้ (INCOME) มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ระดับปานกลาง คือ เพศ (GENDER) และอาชีพ (OCCUPA) โดยถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) แรงจูงใจ (MOTIVAT) และรายได้ (INCOME) เป็นองค์ประกอบที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากความคล้ายคลึงด้านถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวทำให้ง่ายต่อการจัดการท่องเที่ยว การอนุรักษ์สภาพถิ่นที่อยู่อาศัยของตนและชุมชนเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การบูรณะฟื้นฟูถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นการสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องและการเดินทางไปยังถิ่นของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความตื่นตื้นประทับใจในส่วน of แรงจูงใจขึ้นอยู่กับอัตราค่าใช้จ่าย ความชอบส่วนบุคคล ความต้องการเรียนรู้ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัด ทั้ง 10 แห่ง รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ 1) วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 2) วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร 3) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4) วัดราชนัดดารามวรมหาวิหาร 5) วัดเทพธิดารามวรมหาวิหาร 6) วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร 7) วัดราชบพิธสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร 8) วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร 9) วัดบวรนิเวศวิหาร และ 10) วัดสระเกศราชวรมหาวิหารหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์และได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวคณ (2546) ที่เสนอว่า สิ่งจูงใจหรือแรงจูงใจ โดยมีวัตถุประสงค์มีหลากหลาย เช่น ศึกษาหาความรู้ พักผ่อนหย่อนใจหรือลดความเครียดจากการทำงานและให้รางวัลกับชีวิต สำหรับรายได้ส่งผลต่ออำนาจการซื้อ ความสะดวกสบาย วิธีการท่องเที่ยว การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยที่การประเมินรายได้ของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับแนวคิดของ วัชรภรณ์ รัชชศิริ (2551) ที่เสนอว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับถิ่นที่อยู่ที่มีโบราณสถานต่างๆ เพื่อการศึกษาหาความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์และการสร้างมิตรไมตรีร่วมกับคนในท้องถิ่นนั้นๆ และมีความประทับใจในสุนทรียภาพ ความซาบซึ้งศิลปวัฒนธรรม การแสดงพื้นบ้านและการเรียนรู้การประกอบอาหาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติศักดิ์ สมสุข (2554) ที่เสนอว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนผลต่อการกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวและการกำหนดรูปแบบของการเดินทาง ส่วนอาชีพ (OCCUPA) มีระดับ

ความคิดเห็นน้อยที่สุด เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาหาความรู้ด้านวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้น อาชีพจึงไม่ใช่องค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่มาท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ พบว่า คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวไม่มีการเจาะจงว่าต้องเป็นเพศหญิงหรือชาย กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นความเหมาะสมตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าการเดินทางจะลำบากก็ไม่เป็นอุปสรรค ความหลากหลายในอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความเข้าใจในความแตกต่างระหว่างบุคคล อาจเกิดปัญหาบ้างแต่ก็น้อยมาก ในทางตรงกันข้ามพบว่าเมื่อท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยมีจุดประสงค์เดียวกัน มีเจตคติที่ดี นักท่องเที่ยวต่างอาชีพก็มีความรักความผูกพันต่อกัน บางกลุ่มยังกลับมาท่องเที่ยวร่วมกันอีก ในส่วนของรายได้ นักท่องเที่ยวมีรายได้สูงสามารถเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยว เลือกขอรับบริการและมีอำนาจซื้อมากกว่า สำหรับถิ่นที่อยู่อาศัย มีข้อค้นพบว่า มีการวางแผนบูรณะฟื้นฟูวัด ศาสนสถานเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืน ด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า การโฆษณาได้รับสิทธิต่างๆ การลด แลก แจกแถม รวมทั้งอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ชื่อเสียงสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัด ประกอบกับความสนใจ ความชื่นชอบส่วนบุคคลและความต้องการศึกษาหาความรู้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวคด (2546) ที่เสนอว่า สิ่งจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ลดความตึงเครียดจากการทำงาน การศึกษาหาความรู้ ความรักในการท่องเที่ยวอันเกิดจากความสวยงามทางศิลปวัฒนธรรมและการให้รางวัลกับชีวิตและยังสอดคล้องกับ สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547) ที่เสนอว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ ต้องการหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับ กาลีเย ฟราซ (Galia Fuch, 2011) วูมิ โจ ฟิลลิป คาร์ร่าวูฟ แนนซี โฮลด์ลีย์และลารีรี่ เลสทริซิต (WooMi Jo Phillips, Kara Wolfe, Nancy Hodur and F. Larry Leistritz, 2011) ที่เสนอว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการมาศึกษาหาประสบการณ์ การบอกเล่าบอกต่อ ความต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พินจูจันและฮุยเมิง ชาง (Pin-Ju Juan and Hui-Mei Chen, 2011) และหลุยเชร์ซา ฮีรีโร โจ แองเจิล ชาง อนา เบร์เครสและมาเรีย โจ เดล บาริโอ (2010) ที่เสนอว่า เทศกาลทางวัฒนธรรม การเล่นการแสดงที่ภาครัฐและภาคเอกชนจัดขึ้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญและเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ความเอาใจใส่ของมัคคุเทศก์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) รองลงมา คือ การจัดการเชิงระบบ (SYSMANG) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (INVOLCOM) และการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) โดยการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) เป็นองค์ประกอบที่มีความคิดเห็นมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากวัดเป็นแหล่งข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ วัดมีกิจกรรมการท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัดและสภาพแวดล้อมโดยรวม มีการจัดบริการตอบข้อสงสัยหรือข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชน สอดคล้องกับแนวคิดของ วัลลภทองอ่อน (2550) ที่เสนอว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่สำคัญ โดยภาพรวม ดังนี้ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดอยู่ 10 ประการ คือ ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ ภาษาและวรรณกรรมรวมถึงระบบการศึกษา วิถีชีวิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การประกอบอาหาร ธรรมเนียมปฏิบัติในการรับประทานอาหาร ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะถิ่น องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษา เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดกระบวนการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย เพื่อการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ คริสติน เซอร์ลือค (1999) และเฟอ์แฮน กริชชชี (2006) ที่เสนอว่า บทบาทของชุมชนท้องถิ่นมีความสำคัญมากในการพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาควรตั้งอยู่บนสภาพของถิ่นนั้นๆ เพราะชุมชนแต่ละแห่งมีสภาพที่แตกต่างกันและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีส่วนในการกำหนดกิจกรรมที่จะทำให้เกิดกระบวนการพัฒนา ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่นจึงจะประสบความสำเร็จ ส่วนการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด เนื่องจากการสร้างศรัทธาและเจตคติทางบวกต้องอาศัยระยะเวลาด้วยการหาข้อเสนอแนะที่เหมาะสม เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องทั้งทางตรงและทางอ้อม จัดกิจกรรมนำเสนอสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจภายในวัดแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้มัลติมีเดียจัดตั้งกลุ่ม เพื่ออนุรักษ์โบราณสถานภายในวัดเพื่อให้เกิดความรักความหวงแหนต่อสิ่งที่เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ ยกย่องเชิดชูผู้นำคุณประโยชน์แก่วัดให้เป็นที่ประจักษ์ รับฟังข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วนดำเนินการให้ความรู้เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดความรักความหวงแหนและนำเสนอ

สิ่งที่เป็นจุดเด่นของวัด เช่น การนวด การรักษาสิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะวัดเป็นศูนย์รวมของสรรพความรู้ มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมสิ่งดีงามต่างๆ มากมาย สอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551) ที่เสนอว่า องค์ประกอบด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า ควรมุ่งเน้นในส่วนของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีกระบวนการศึกษาอย่างเป็นระบบ การจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ต้องมีการจัดการที่ดี มีวิสัยทัศน์และมุมมองที่โดดเด่นในแต่ละประเด็น เช่น ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมทางศาสนา ด้านการบริหาร ด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านมูลค่าเพิ่มที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รวมทั้งการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ในส่วนของการจัดการเชิงระบบ ยังมีความสอดคล้องกับ นิวัฒน์ อมาตยกุล (2549) ที่เสนอว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงระบบ ควรคำนึงถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวบริการการท่องเที่ยวและการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นสอดคล้องกับแนวคิดของ เออร์วิน (Erwin, 2009) ดี โอลิเวรา (De Olivera, 2003) ยุกเซล (Yuksel, 1991) ชาร์ปรี (Sharpley, 2002) ที่เสนอว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จต้องมีแผนการจัดการที่ดีและมีข้อค้นพบว่า องค์ประกอบจะนำไปสู่ความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนช่วยเหลือและประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนโดยเฉพาะผู้นำท้องถิ่น ผู้มีจิตศรัทธาอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีข้อค้นพบในประเด็นการใช้วัดเป็นสถานที่ประกอบธุรกิจอันมิชอบดังที่เป็นข่าวอยู่เนืองๆ จึงควรมีการตรวจสอบ การบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องและหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจะต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้นเพื่อป้องกันมิให้ศาสนาเกิดความมัวหมองและวัดกลายเป็นแหล่งช้อปปิ้งของกลุ่มบุคคลที่ไม่ได้มีความศรัทธาในพุทธศาสนาอย่างแท้จริงจากสถานการณ์ดังกล่าวผู้เกี่ยวข้องควรดำเนินการหรือวางแผนการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องเพื่อไม่ให้เกิดภาพลบแก่วัด ซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต

จากการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยสร้าง โมเดลของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากการบริการเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ถ้าหากมีการบริการที่ประทับใจ นักท่องเที่ยวก็จะกลับมาเที่ยวอีก สอดคล้องกับแนวคิดของ จัสติน ครูโต (2006) วิลสัน เฟิเชลเมียร์และแวน (Wilson Fesenmaier and Van, 2001) ที่เสนอว่า ความเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและจากการสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยอำนวยความสะดวก การติดต่อสื่อสารความปลอดภัย การจัดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความสามารถ และบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาในกรณีเร่งด่วน นักท่องเที่ยวยังระบุอีกว่าการต้อนรับที่ดีต้องมีการชี้แจงแนะนำโดยจัดหาเจ้าหน้าที่ให้พอเพียงและมีความรู้ด้านภาษาที่หลากหลาย เพราะเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบันสอดคล้องกับ คายู มิ คิม (Kyungmi Kim, 2002) ที่เสนอว่า ความพึงพอใจในสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปต้องการทั้งในชีวิตประจำวันในการท่องเที่ยวและในภาวะวิกฤติและจากการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยในการให้บริการเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงและการต้อนรับ สอดคล้องกับ วูมิ โจ ฟิลลิป คาร์รา วูฟ แนนซีและลาร์รี่ (WooMi Jo Phillips, Kara Wolfe, Nancy Larry, 2011) ที่เสนอว่าประสบการณ์ท่องเที่ยวเน้นการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือน โดยการสร้างความพึงพอใจในด้านบริการและเน้นการสนับสนุนภาพพจน์ในแง่บวกซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดบริการ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจส่งผลต่ออาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกเพศ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยมีการใช้เทคโนโลยีในทุกรูปแบบโดยไม่จำกัด อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่และโดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี อันเนื่องมาจากการโฆษณา ระบบที่ทำให้การเปิดบริการ การแข่งขันด้านเทคโนโลยีเหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลทางตรงต่อนักท่องเที่ยวโดยที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ในส่วนของสภาพแวดล้อมทางการเมือง ส่วนใหญ่จะเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะสั้น เช่น ขาดรายได้ในขณะที่มีการประท้วง การชุมนุม การปะทะกันระหว่างภาครัฐกับผู้ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยว เพราะเกรงเรื่องความปลอดภัย บางกรณีอาจส่งผลกระทบให้เกิดความเสียหายแก่โบราณสถานที่สำคัญๆ และไม่สามารถประกอบธุรกิจชุมนุมหรือถิ่นที่อยู่อื่นๆ ได้ การที่บรรยากาศทางการเมืองไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจทางลบ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศอื่น ทำให้เกิดความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สภาพแวดล้อมทางด้าน

กฎหมายมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศที่สามในระดับปานกลาง กล่าวคือ เพศที่สามมีการฝ่าฝืนกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่กำหนดไว้ ในส่วนของอาชีพที่หลากหลาย ของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และไม่ส่งผลใดๆ ต่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ อาชีพของนักท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เช่น นักบวช ซึ่งถ้าหาก ปฏิบัติตามข้อบังคับที่กำหนดไว้ก็จะส่งผลทางบวกแก่ธุรกิจการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เทเวร์ มูเลส (Taver Mulest, 2008) และสุภรา พันธุ์ติยะ (2553) ที่เสนอว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเป็น องค์ประกอบที่ช่วยให้ประชาชนมีรายได้และสภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวทำให้โลกย่อส่วนลง ข้อมูลต่างๆ สามารถโอนถ่ายด้วยความรวดเร็ว ธุรกิจด้านการ ท่องเที่ยวก็ได้รับผลประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ด้วย ถึงแม้ว่าสภาพแวดล้อมทางการเมือง จะไม่เอื้ออำนวยมากนัก

อย่างไรก็ดีสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายของไทยจัดว่ามีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับ คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและจากการสัมภาษณ์ พบว่า อัตราค่าจ้างแรงงานทำให้ผู้ประกอบการ ประสบปัญหาการจ้างงาน สถานการณ์ด้านการเงินส่งผลต่อคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวใน ส่วนของรายได้ กล่าวคือ ถ้ากำหนดแผนการท่องเที่ยวอาจปรับลดลงหรือเพิ่มขึ้นตามรายได้ของ นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามก็ดีถึงแม้จะมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลายประการ ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวก็ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเลิกมาเที่ยวทาง วัฒนธรรมทั้งนี้ เพราะความรักในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดการหลอมรวมจิตใจ วัดเป็น ศูนย์รวมสรรพวิชา นักท่องเที่ยวจำนวนมากยังมีความต้องการที่จะมาศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้ จุดนี้เองทำให้เกิดมุมมองว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังคงอยู่อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ เบนี แวน เดอร์ เนียมและมาร์ลิส วิลเลียม แวน ฮาล์ (2007) เอเลน อาร์ เทอร์มิล (2007) ที่เสนอว่าโอกาสการจ้างงาน และเศรษฐกิจมีความสำคัญมาก ทุกภาคส่วนควรตระหนักถึงแผนด้านการท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งปลูก สร้างที่ได้มาตรฐานและผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจระหว่างผู้สูงอายุที่รักในถิ่นที่อยู่มีความคิดเห็น เชิงอนุรักษ์มากกว่านักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีมุมมองในส่วนของรายได้ แต่ก็มิได้มีความขัดแย้งที่รุนแรง เนื่องจากมีการประสานประโยชน์ที่ลงตัว

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยในการให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันตามประสบการณ์ที่ได้รับการตัดสินใจมา ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นความชอบส่วนบุคคลและความต้องการเรียนรู้ ประกอบกับชื่อเสียง ของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ อัตราค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สิทธิพิเศษที่ได้รับและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ อิริค เบริดและเดวิท คาร์คินัส (2006) มารี ฟรานซิส เรย์เชล ปีเตอร์ คุกเคอร์ รอน เซร์แฮมและเจนัสคูส (2010) ที่เสนอว่า

การให้บริการด้านต่างๆ นักวางแผนต้องตระหนักและมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสาธาณูปโภค สำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม ซึ่งนอกจากจะเน้นด้านความรู้ วัฒนธรรม ภาครัฐจะต้องมีส่วนในด้านสาธาณูปโภค พื้นฐานด้วยการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐควรเน้นด้านนโยบาย ควรมีการวางแผน การจัดบริการ อย่างเป็นระบบ มีข้อค้นพบที่เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ที่ภาครัฐและภาคเอกชน ควรร่วมมือกันเพื่อ ยกกระดับมัคคุเทศก์ให้ทัดเทียมนานาชาติ โดยจัดหลักสูตรหรือเปิดอบรมและติดตามประเมินผล การปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางด้าน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมทางการเมืองและสภาพแวดล้อมทาง ด้านกฎหมาย มีอิทธิพลทางอ้อมในส่วนของการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า การจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยที่ สภาพแวดล้อมทางการเมืองในภาพรวมเป็นองค์ประกอบที่มีความคิดเห็นในระดับมาก ในส่วน ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในภาพรวมเป็นองค์ประกอบที่มีความคิดเห็นในระดับ มาก แต่เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ของ แต่ละฝ่าย กิจกรรมที่กำหนดขึ้นในวัดที่ช่วยเพิ่มคุณค่า การจัดการเชิงระบบ การมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจากการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐควรสนับสนุนในด้านงบประมาณ ส่งเสริมสนับสนุนบุคลากรให้ได้รับการพัฒนาด้าน เทคโนโลยี เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการเชิงระบบได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการมีส่วน ร่วมของชุมชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นการ สร้างจิตสำนึกทางอ้อมก็ได้ บางกรณีอาจต้องอาศัยกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย สอดคล้องกับ แนวคิดของ คิมและเพนนิ่งตัน เกรย์ (2003) เกี่ยวกับการรับรู้ของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ไฮลารี เดครอส (2001) ที่เสนอว่า ควรดำเนินการหารูปแบบใหม่ในการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism) โดยเน้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งมีแนวโน้มความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง แต่ต้องอาศัยระยะเวลาเพิ่มขึ้นกว่าเดิม

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เนื่องจากองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีการพัฒนาหรือการจัดการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบและได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การพัฒนาหรือการจัดการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจากการสัมภาษณ์ พบว่า บุคลากรในชุมชนรอบๆ วัด เป็นตัวขับเคลื่อนให้ดำรงไว้ซึ่งสิ่งล้ำค่า เช่น การอนุรักษ์สิ่งปลูกสร้างที่สวยงาม พระพุทธรูป เจดีย์คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่พบอีกประการหนึ่ง คือ ถิ่นที่อยู่ ถ้าหากมีสภาพคล้ายคลึงกับสถานที่ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะไม่ว่าง ในทางกลับกันถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะมาท่องเที่ยว จะส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถจัดการการท่องเที่ยวได้ง่ายและการเดินทางไปยังถิ่น การอนุรักษ์สภาพท้องถิ่นหรือถิ่นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนรวมทั้งการฟื้นฟู การบูรณะศาสนสถาน วัดและสิ่งแวดล้อมโดยรวม เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนตลอดไป สอดคล้องกับแนวคิดของ เวท พิ (Wight P.1993) ที่เสนอว่า องค์รวมของสังคมหรือปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว สามารถประเมินได้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับ การปฏิบัติจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในแถบอาร์คติก ถือว่าเป็นตัวอย่างที่สำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบพอเพียง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ จินยง เดง (Jinyong Dang, 2007) ที่เสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ เวอร์จิเนีย ตะวันตก (West Virginia) พบว่า ทักษะของนักท่องเที่ยวด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวต้องใช้เวลาและเสียค่าใช้จ่ายมาก ซึ่งหมายถึง รายได้ของนักท่องเที่ยวต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ส่วนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายค่าภาษี ค่าที่พัก แต่ต้องการคุณภาพที่คุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) โดยการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) เป็นองค์ประกอบที่มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบ การศึกษา และการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) เป็นองค์ประกอบที่มีความคิดเห็นในระดับมากทั้งนี้ เนื่องจากองค์ประกอบด้านการศึกษาและการเพิ่มคุณค่า มุ่งเน้นในส่วนของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้ระบบนิเวศในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำนักงานการพัฒนาการท่องเที่ยวได้สร้างกรอบมาตรฐานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นโดยเรียกว่าเป็นกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานทางวัฒนธรรมไว้โดยประกอบด้วยตัวชี้วัด 8 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่มและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแต่ละด้านมีการกำหนดรายละเอียดที่ควรปฏิบัติเอาไว้ โดยรายละเอียดของดัชนีในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดการจะเน้น

การจัดการที่เกิดจากการร่วมมือของกลุ่มชาวบ้าน การเพิ่มคุณค่าและผลกระทบทางบวกที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนประกอบด้วยการท่องเที่ยวทำให้มาตรฐานการครองชีพของคนไทยในท้องถิ่นดีขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวกสบายจากการบริการสาธารณูปโภคสาธารณูปการที่เกิดจากการพัฒนา การท่องเที่ยวทำให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษยชน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวทำให้คนมีโอกาสร่วมกันการท่องเที่ยวจะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากร การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดทรัพยากรที่ไร้ค่าให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นและการท่องเที่ยวทำให้เกิดทัศนคติที่ดีเพราะการเปิดโลกทัศน์ที่กว้างทำให้มุมมองที่หลากหลาย ความคิดที่ผิดๆ ก็อาจเปลี่ยนไปได้เป็นความคิดในทางสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าอย่างแท้จริงและจากสัมภาษณ์ พบว่า มีการระดมผู้มีความรู้ความสามารถมาให้คำปรึกษาในแต่ละด้าน โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี บางแห่งได้รับการสนับสนุนจากผู้มีจิตศรัทธาด้านงบประมาณซึ่งเป็นนิมิตรหมายที่ดีมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดความรักต่อสิ่งดึงดูดใจภายในวัด มีการนำเสนอจุดเด่นของวัด เช่น การนวดมีการใช้หมักกุศเทศ์ ที่เป็นมืออาชีพและมีการถ่ายทอดเจตคติที่ดีแก่นักท่องเที่ยวและรับข้อเสนอจากทุกภาคส่วน ซึ่งบางส่วนต้องใช้เวลาในการแก้ปัญหา ข้อบกพร่องต่างๆ มีการจัดกิจกรรมยกย่องเชิดชูเกียรติผู้มีอุปการคุณต่อวัดให้เป็นที่ประจักษ์ อย่างไรก็ตามก็ดีการสร้างเครือข่ายที่เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อวัด ไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนในอดีตทั้งนี้เพราะสภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปประกอบกับมักมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระไปในทางลบมากขึ้นและมีพระที่อาศัยวัดเป็นแหล่งทำมาหากินและประพฤติดิฉินัยสงฆ์อยู่เนืองๆ การสร้างศรัทธาจึงไม่ใช่เรื่องง่ายอีกต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรชัย คิ้วจาด (2545) โจอาณี คอนเนล, สเต็ป เฮน เจ เนจและทิม เบนที (2009) ที่เสนอว่าระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ มีอิทธิพลต่อการสร้างจิตสำนึกแต่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและต้องเป็นเจ้าของที่ของรัฐบาลท้องถิ่นในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับท้องถิ่นยึดการทำงานแบบต่อยอดเพื่อปลูกจิตสำนึกของเจ้าหน้าที่และคนในท้องถิ่นและยังมีประเด็นเพิ่มเติมในส่วนของ การปลูกจิตสำนึกว่า ควรวางระบบบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแนวคิดเชิงอนุรักษ์เพิ่มขึ้นซึ่งสามารถกระทำได้โดยการเชื่อมโยงกันทุกระดับ เช่น จัดกิจกรรมในลักษณะใกล้เคียงเกี่ยวกับสภาพท้องถิ่นนั้นๆ สนับสนุนให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นรวมทั้งการจัดกองทุนเพื่อการปลูกจิตสำนึกในแต่ละท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านนโยบาย ภาครัฐและภาคเอกชนควรประสานงานเพื่อกำหนดนโยบายด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในส่วนของการเข้าถึง (ACCESS) และการต้อนรับ (HOSIT) ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมพัฒนาทรัพยากรและปัจจัยในการให้บริการ (FACTSER) ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 10 กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1 การปรับปรุงการคมนาคม

กลยุทธ์ที่ 2 การปรับสภาพภูมิทัศน์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาบริเวณวัดหรือที่ว่างของโบราณสถานเป็นสวนสาธารณะเพื่อการพักผ่อนส่วนรวมทั้งเป็นแหล่งบริการความรู้ต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างจุดขายเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการเน้นผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ที่ 5 เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้เทคโนโลยี

กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาระบบสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 7 พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 8 นำแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเข้าชุมชน

กลยุทธ์ที่ 9 การประชาสัมพันธ์แบบองค์รวมด้วยการมอบหมายตามลำดับ

กลยุทธ์ที่ 10 ส่งเสริมชุมชนร่วมรักษาความปลอดภัยเพื่อส่งเสริมการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 จัดการแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจในโบราณสถานเพื่อเป็นศูนย์กลางการประสานงานทุกด้าน

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างผู้นำในชุมชนในทุกระดับ

กลยุทธ์ที่ 3 ประสานงานทั้งภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับงบประมาณ

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างกลุ่มอาสาสมัครเพื่อทำหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความรู้ทางด้านภาษา เช่น

โครงการอบรมภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่นและภาษาอื่นๆ ให้สอดคล้องกับชุมชนในส่วนของการเข้าถึง (ACCESS) ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การพัฒนากิจกรรมระบบฐานข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและ

ถูกต้อง สามารถจัดทำได้ในหลายรูปแบบและหลายภาษา เช่น การนำเสนอการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดต่างๆ ที่สำคัญของประเทศไทย สามารถจัดทำในรูปแบบวีดิทัศน์บรรยายภาพ กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยให้ผู้เข้าชมสามารถเลือกชมการบรรยายในรูปแบบภาษาต่างประเทศต่างๆ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ฯลฯ ส่วนแผนการตลาดทางการท่องเที่ยวนั้นก็ประกอบด้วย การตั้งราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพระดับสากล รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมจิตวิทยาบริการการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ การจัดแพ็คเกจทัวร์ที่หลากหลายเพื่อสนองทางเลือกแก่ผู้บริโภคและควรมีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่กว้างขวางและครอบคลุม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไป เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

1.2 นำข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้หรือพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพในปัจจุบันในประเทศต่างๆ ดังนี้

ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (ACTENCT) ควรจะดำเนินการในด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย ซึ่งได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความงดงามในด้านศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความวิจิตรอลังการ และแตกต่างจากชาติอื่นๆ สำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นและการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญด้านบวกต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม แต่การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังพบว่ามีปัญหาอีกหลายประการ การแก้ไขต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านบางปัญหาเห็นเป็นปัญหาเร่งด่วนภาครัฐจึงต้องดำเนินการทันที เช่น ปัญหาการทำธุรกิจด้านศิลปะการใช้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ่งหน้าเพื่อการก่ออาชญากรรม นอกจากนี้ประเด็นหลักที่จะต้องดำเนินการคือ

สภาพแวดล้อมทางการเมือง (POLITIC) ควรจะสร้างบรรยากาศทางการเมืองให้เอื้ออำนวยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งที่ผู้นำ ประเทศหรือผู้บริหารประเทศควรตระหนักคือ ควรใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อทุกรูปแบบเพื่อการเผยแพร่ จุดเด่น ความสวยงามของศิลปวัฒนธรรม ความยิ่งใหญ่ของประเทศในอดีตที่มี ประวัติศาสตร์อันยาวนาน เน้นภาพลักษณ์ของประเทศไทย ได้แก่ อธิปไตยของคนไทย เอกลักษณ์ความเป็นไทยด้านอาหารที่นักท่องเที่ยว

ชาวไทยและชาวต่างประเทศมีมุมมองด้านบวกต่อประเทศไทย โดยรวมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากการปรุงแต่งจำเป็นอย่างยิ่งที่คนไทยทุกคนจำเป็นต้องรักษาเอาไว้ คนไทยควรช่วยกันธำรงรักษาวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไป โดยเฉพาะความโดดเด่นด้าน อักษรศาสตร์ที่ดีงามและศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่านี้ สามารถที่จะลบล้างภาพลักษณ์ที่ไม่น่าประทับใจ ในส่วนอื่นๆ ของประเทศไปได้

สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (LAW) ควรจะดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

บทบาทหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือสถานทูตไทยในต่างประเทศซึ่งมีจำนวนอยู่ทั่วภูมิภาค เอเชีย แปซิฟิก ยุโรปและอเมริกา ควรจะแสดงบทบาทให้เด่นชัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศที่ตั้งสำนักงานอยู่ โดยสามารถทำหน้าที่การตลาดแบบผสมผสานหรือการตลาดแบบครบวงจร (Interdisciplinary Marketing Communication : IMC) ให้เหมาะสมกับแต่วัฒนธรรมของผู้คนในแต่ละประเทศโดยให้คำแนะนำด้านกฎหมาย ระเบียบต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาล่าช้าในการตรวจหนังสือเดินทางที่ไม่เข้าใจด้านการสื่อสาร ภาครัฐจึงควรที่จะต้องดำเนินการด้านการใช้ภาษาเพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมและเป็นสากลต่อไป นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่สำคัญ คือ การไม่ได้รับความยุติธรรมในการซื้อขายสินค้าและควรเสนอว่าควรยกเลิกวิธีการขายสินค้าในลักษณะ 2 ราคา คือ ขายคนไทยราคาหนึ่งขายนักท่องเที่ยว อีกราคาหนึ่งซึ่งแพงกว่าจึงน่าจะกำหนดราคามาตรฐาน นักท่องเที่ยวไม่ควรได้รับผลตอบแทนจากการมาเที่ยวแบบ 2 มาตรฐาน กรณีที่ทำผิดกฎหมายโดยเจตนาที่ดำเนินการตามที่ข้อกำหนดกำหนดเช่นกัน ถ้าประชาชนผู้ประกอบการหรือผู้เกี่ยวข้องกระทำผิดไม่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวก็ควรได้รับโทษทางกฎหมายเช่นเดียวกัน

ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว (FACTCHAT) ควรจะดำเนินการในประเด็น ดังนี้

ถิ่นที่อยู่ (DOMICIL) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงศักยภาพของท้องถิ่น ถิ่นที่อยู่ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำศักยภาพที่มีอยู่มาส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องทิศทางและยั่งยืนอย่างแท้จริงในส่วนที่เป็นข้อจำกัดของท้องถิ่นจะต้องมีการทบทวนหาทางแก้ไขโดยการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน จัดสรรงบประมาณตามความเหมาะสมในแต่ละถิ่นที่อยู่ท้องถิ่นใดมีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ก็บริหารจัดการให้เต็มศักยภาพหรือบางแห่งไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ก็วางแผนกระจายนักท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ มีความพร้อมอันจะส่งผลต่อการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นเพิ่มขึ้น

แรงจูงใจ (MOTIVAT) ด้านแรงจูงใจผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพิจารณาในประเด็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (Tourism Components) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) และระบบรวมทางการท่องเที่ยว (Whole Tourism System) มีปัจจัยที่จะต้องพิจารณาก็

คือ ที่พักหรือโรงแรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากอีกองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยว สถานที่ที่เป็นจุดดึงดูดและเป็นเป้าหมายสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่รวดเร็วเพียงพอต่อความต้องการและมีความปลอดภัยสูงเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว บริษัทที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องมีความหลากหลายมีความเป็นสากล รวมไปถึงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคสามารถบริการได้อย่างครอบคลุม สะดวกและรวดเร็ว องค์ประกอบที่ 2 คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวชุมชนสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและองค์ประกอบสุดท้าย คือ ระบบรวมทางการท่องเที่ยวเป็นการมองการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดหรือการมองให้ครอบคลุมตลอดการท่องเที่ยวโดยจะต้องมองที่ไปจุดเริ่มต้นของการเดินทาง จุดแวะพักระหว่างการเดินทางจนกระทั่งถึงจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว เช่น การรณรงค์ การโฆษณาหรือรูปแบบการต้อนรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว นั้น จะต้องมองให้ลึกและครอบคลุมในทุกๆ องค์ประกอบย่อย ทั้งนี้ก็เพราะว่าแต่ละองค์ประกอบย่อยมีความสัมพันธ์กันและมีส่วนที่จะทำให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเกิดความสมบูรณ์ได้

อาชีพ (OCCUPA) ในด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวถึงแม้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวจะไม่ใช่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนควรสร้างความพร้อมในส่วนของการท่องเที่ยวที่ตรงกับอาชีพของนักท่องเที่ยวด้วยเพราะจะได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เช่นถ้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจก็อาจจะจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีการพบปะกับนักธุรกิจของประเทศไทยในแต่ละด้านเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกและเป็นการต่อ ยอดการเที่ยวในครั้งต่อไป

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (SUSCULT) ควรจะดำเนินการในประเด็น ดังนี้ การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า (EDUINVA) การเพิ่มคุณค่าจะต้องอาศัยความร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่นเช่นการจัดทำป้ายอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับวัด ป้ายบอกทาง ชื่อสิ่งสำคัญต่างๆ เป็นภาษาอังกฤษ จัดทำเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว (Guide Book) ที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบันแจกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการที่โดดเด่นด้านสาธารณสุข เช่น ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ห้องน้ำ ห้องส้วมสะอาด ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น นักรถรางชมสถานที่สำคัญ ชมวัด ในบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์และกิจกรรมประเพณีต่างๆ เช่น บายศรีสู่ขวัญ กิจกรรมพื้นบ้าน

และการรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สินภายในวัด การดูแลซ่อมแซมบริเวณวัด โบสถ์ นอกจากนี้ ด้านมูลค่าเพิ่ม ควรเน้นเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในชุมชนศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่ายของที่ระลึกเป็นต้น

การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (BUILAAS) จะเกิดประโยชน์ต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวเพราะชุมชนเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่าซึ่งข้อมูลทรัพยากรที่มีคุณค่านี้สามารถถ่ายทอดไปสู่นักท่องเที่ยวและบุคคลแต่ละรุ่นๆ ในชุมชนนั้นๆ ให้เกิดความรัก ความหวงแหนในสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจิตสำนึกหรือปลูกจิตสำนึกทางบวก อาจจะจัดกิจกรรมในรูปแบบเพลง วัสดุทัศนที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่นหรือจะใช้เทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ให้เหมาะสมในการสร้างจิตสำนึก เช่น เกมอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการตอบคำถามถึงโทษผลลัพธ์ที่เกิดจากการขาดจิตสำนึกเป็นต้น

1.3 นำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในประเด็นปัจจัยในการให้บริการของนักท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนมาใช้ประโยชน์ในประเด็นการขับเคลื่อนดำรงไว้ซึ่งสิ่งล้ำค่า เช่น วัด สิ่งสำคัญในกรุงเทพมหานคร โดยการวางแผนเชิงระบบในการพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน ผู้มีจิตศรัทธา รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในวัด ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการผลประโยชน์ทับซ้อน การประพฤติดุปฏิบัติคนที่ไม่เหมาะสมของพระบางรูปเพราะหากปล่อยปละละเลยจะสร้างความเสียหายให้กับพระพุทธศาสนาและการท่องเที่ยวอย่างคาดไม่ถึงดังที่เป็นข่าวอยู่เนืองๆ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ภาครัฐควรมีการศึกษาเจาะลึกในส่วนของการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มอาเซียน เพื่อจะได้ไม่เกิดการเสียเปรียบและเกิดภาวะนักท่องเที่ยวไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

2.2 ภาคเอกชนควรศึกษากลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาสาเหตุที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่สนใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยอาจจะคิดโปรโมชันเสริมหรือการจัดเว็บไซต์เสนอข้อมูลต่างๆ โดยใช้นวัตกรรมใหม่เพิ่มขึ้น

2.3 งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ฉะนั้นควรมีการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในชุมชนสำคัญของประเทศ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทุกจังหวัดในแต่ละจังหวัดอาจมีสภาพที่แตกต่างกันหรือเหมือนกัน ซึ่งเมื่อศึกษาวิจัยแล้วอาจจะสามารถนำมาจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในแต่ละวัดและแต่ละ

ภูมิภาคให้สามารถดำเนินการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องในรายละเอียดต่อไป

2.4 กรุงเทพมหานครสามารถนำผลการวิจัยเรื่องนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนแล้วทำการศึกษาเชิงประเมินผล เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในการแก้ไขปรับปรุงและขยายผลการดำเนินงานดังกล่าวต่อไป

2.5 ควรทำการวิจัยเรื่องการประเมินผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น กรุงเทพมหานครจะได้จัดการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรณีชัย ถนอมกุล. (2547). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัด
 สกลนคร. รายงานการศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กิตติศักดิ์ สมสุข (2554). รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนผลต่อการกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยว
 และการกำหนดรูปแบบของการเดินทาง. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว (2547-2551). กรุงเทพฯ:
 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2546). เทคโนโลยีการท่องเที่ยว.
 สำนักงานส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งชาติ (NECTEC).
- กวี วรกวิน, พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงษ์. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
 พัฒนาคุณภาพวิชาการ.
- กุลธิดา สามะพุทธิ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. นิตยสาร
 สารคดี. ปีที่ 13 ฉบับที่ 153 พฤศจิกายน 2540.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ:
 กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2553). สถิตินักท่องเที่ยว รายงานการท่องเที่ยว 2553. กรุงเทพฯ:
- (2550). แหล่งท่องเที่ยวของไทย. กรุงเทพฯ:
 กรุงเทพมหานคร. (2555). แผนบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2552-2555.
 กรุงเทพฯ: ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณัน งามผาดิพงษ์. (2548). การสื่อสารทางการท่องเที่ยว. บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส
 จำกัด (มหาชน).
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
 สังคมแห่งชาติฉบับที่ 10. กรุงเทพฯ:
- (2547). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. โครงการสานสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวที่
 ยั่งยืน.

- งอกงาม เอี่ยมศรีปลั่ง. (2549). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดนนทบุรี ภายใต้การจัดการและการมีส่วนร่วมของประชาชน. ปรินูญานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิรา บัวทอง. (2550). อนาคตของการท่องเที่ยว. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 1(12).
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2551). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ดั่งจาต. (2545). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ศึกษากรณีชุมชนคลองบางกอกน้อย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรสุดา อุ้เนื่อง. (2546). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม. ศรีสมานการพิมพ์.
- เฉลิมลาภ กเนจร ณ อยู่ธยา. (2554). ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความต้องการพิเศษ. นิตยสารเชิงข่าว-วิเคราะห์รายเดือน ธุรกิจท่องเที่ยว.
- เฉลิมชัย โนมิตพิพัฒน์ (2554). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พรินติ้ง.
- ชนิศา ครุจิรานูวัฒน์. (2552). เจตคติของผู้ประกอบการด้านที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในเขตภาคกลางของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. (วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2550). วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- ชุย กำลังงาม. (2550). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์.
- ฉัฐกานต์ โรจนุตมะ. (2552). การไปท่องเที่ยวต่างประเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: คุรุสภา.
- ฉัฐพร อัครพงษ์. (2551). เศรษฐกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- คารณี ถวิลพิพัฒนกุล. (2539). กระบวนการเป็นเมืองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศกำลังพัฒนา. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดรชณี เอมพันธุ์. (2554). การทำตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เจอนอร์อัลบู๊คส์ เซ็นเตอร์.

- ตรัยสุดา เลี้ยงไพศาล. (2543). การศึกษาพฤติกรรมการการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต (นโยบายและการวางแผนวิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- ตุ้ย ชุมสายและฉวีพันธ์ พรหมโยธี. (2537). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์. (2544). อุปทานเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
ลิฟวิ่งทรานส์มีเดีย.
- ทวิวงศ์ ศรีบุรี. (2549). EIA การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
มูลนิธิโลกสีเขียว.
- ทายาท กิตติกุล. (2550). ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยว
ต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ
โดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ธนาภรณ์ เมทณีสฤดี. (2543). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการ
สื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธีรา เอรารัตน์. (2545). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ธีระวิทย์ พรายเยี่ยม. (2544). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในการมาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นวลน้อย ตรีรัตน์, สมคิด เลิศไพฑูรย์และคณะ. (2544). การกำหนดกรอบกติกาและวิธีการมีส่วน
ร่วมของประชาชน. ซีเอ็ดบุ๊ค.
- นิวัฒน์ อมาตยกุล. (2549). การศึกษาปัจจัยทางสังคม ผลกระทบและการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา.
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. บรรณสารสันส์ การพิมพ์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญชม ศรีสะอาด. (2547). **สถิติเพื่อการวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ: บริษัท มิสชั่น มีเดีย จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2552). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- . (2553). **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: วี แอล เทรด จำกัด.
- บุญเลิศ เปเร่รา. (2553). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ปรีศินี นัยนานนท์. (2549). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิ. (2540). **เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ “การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและชุมชน”**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกอบศิริ ภักดีพิณี. (2550). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลอง เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประหยัด ตะคอนทรัพย์. (2544). **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พจนา สวนศรี. (2546). **โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ**. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: กองทุนแคนาดาประจำประเทศไทย.
- พรพิชญ์ พรหมศิระพัลลภและคณะ. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่**. กุลสารการพิมพ์.

- พอเพียง ทรัพย์อินทร์. (2551). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในวัด : กรณีศึกษา วัดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. ปรินญาณิพนธ์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรินุช รัตนภิรมย์. (2549). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวผ่าน
ระบบพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์. ปรินญาณิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระอธิการสุพจน์ ศรีปัญญา. (2552). ท่องเที่ยวท่องเที่ยวธรรม: แนวทางการพัฒนาศักยภาพวัด
จังหวัดนครราชสีมา ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. ปรินญาณิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (วัฒนธรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เพ็ญพรรณ โกมลิมิษฐ์. (2549). การศึกษาระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระศรี
มหาธาตุวรมหาวิหาร. ปรินญาณิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศึกษา)
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ภราเดช พัทฒวิเชียร. (2552). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ: แมส พับลิชซิ่ง.
- มยุรี สุกังคนาข. (2545). แนวทางการอนุรักษ์วัดในชุมชนริมคลองอ้อมจังหวัดนนทบุรี.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- มูจिता ปิ่นสุนทร. (2552). การวางแผนเส้นทางจักรยานที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวในเขต
กรุงรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการ
พัฒนาทรัพยากร) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ยุพาพร รูปงาม. (2545). การมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ก้าวหน้า.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2535. กรุงเทพฯ:
บริษัทอักษรเจริญทัศน์ จำกัด.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ:
คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรินดา เจริญรัตน์. (2548). การท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง.
- วรรณา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิศาสตร์
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณศิลป์ ไพรัตน์. (2546). องค์ประกอบเมือง. รุ่งอรุณการพิมพ์.

- วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์. (2550). **ความรู้ความเข้าใจของการเสียภาษี**. ค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555
จาก www.libray.cmu.ac.th
- วิภาวดี วงษ์บริสุทธี. (2536). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา**. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ. (2543). **แนวทางในการอนุรักษ์ย่านสามแพร่ง โดยความต้องการของชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรภรณ์ รัชชปรี. (2551). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัลลภ ทองอ่อน. (2550). **ชุดเอกสารการสอน และหลักสูตรการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
มหาวิทยาลัยแพร์**. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศกฉวรรณ พาเรือง. (2540). **องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิต
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร
พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2555). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและโซลท์แก๊ซ
จำกัด.
- คันสนีย์ จะสุวรรณ. (2552). **การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ**. กรุงเทพฯ:
ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศรีศักดิ์ วัลลิโกดม. (2540). **ความหลากหลายของเรือนพื้นถิ่นไทย “ท้องถิ่นวัฒนา”**.
เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการ เสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีประภา ชัยวรรณ. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะ**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภรา พันธุ์ดิยะ. (2553). **ทิศทางการพัฒนา e-Thailand ในประเทศไทย, ผู้ดูแลสารสนเทศ ความรู้
และการแข่งขันเสรี**. ค้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2554
จาก <http://www.nectec.or.th/courseware/pdf-documents/e-thailand.pdf>

- ศูนย์บริการวิชาการ. (2547). **โครงการการจัดทำทำเนียบสินค้าการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. (2542). **ของดีกรุงเทพฯ**. กรุงเทพฯ: บจก.อิมเมจ.
- สลักฤทัย เตียวตระกูล. (2539). **ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายและการวางแผนวิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมใจ วงศ์เทียนชัย. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย – พม่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมชัย ชวลิตธาดา. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง.
- สมหมาย เทียงแท้. (2549). **แนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมประสงค์ อ่อนแสง. (2551). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของวัดจังหวัดมุกดาหารเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (วัฒนธรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมพงษ์ จิตระดับและสุอังกะ วาทิน. (2546). **โลกยุคสารสนเทศ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. (2551). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ปีที่ 2 ฉบับที่ 1. (2552). **วารสาร**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองการพิมพ์.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). **โครงการสามัมพันธ์เครือข่ายชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: วิริยะการพิมพ์.

- สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุชาดา นิมหิรัญวงษ์. (2544). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (ประชากรศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุจิตราภา พันธุ์ไฉและคณะ. (2550). ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงราย. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ อรุณา. (2551). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง).
- สุรพล เสวตเศรณี. (2555). แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2555. ค้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2556 จาก <http://tatsanuk.blogspot.com/2011/07/2555.html>
- हररररร มีมงคลกุลคิดก. (2551). การมีส่วนร่วมของภาครัฐและชุมชนในกรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมในชุมชนแขวงสมเด็จเจ้าพระยา เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรทัย เสียงเสนาะ. (2552). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว.
- อรวรรณ สันติภาพ. (2550). การต้อนรับ. กรุงเทพฯ: มติชน.
- อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรศิริ ปาณินท์. (2538). คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านกายภาพ ประเภทวัด เล่มที่ 3 วัดในภาคอีสาน. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรุณ รักษ์ธรรมและณรงค์ กุณิเทศ. (2552). เอกสารประกอบคำบรรยายการวิจัยเชิงคุณภาพ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โครงการปรัชญาคุษฎีบัณฑิต.

- Alain R. Thermil. (2007). **Perceptions of Haitians toward Tourism Development in Rural Haiti**. Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium p.200-208.
- Al Rabady and Rama Ibrahim. (2006). **Historic Preservation and Heritage Tourism in Texas: An integrated approach to sustainable heritage management**. Ph.D. dissertation, Texas A&M University, United States -- Texas. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- Aline Chiabai, Krassimira Paskaleva and Patrizia Lombardi. (2011). **E-Participation Model for Sustainable Cultural Tourism Management : a Bottom-Up Approach**. Article first published online: 3 AUG 2011.
- Ana Luisa delclaux Bravo. (2008). **Sustainable Cultural Tourism**. XIII World Congress of Friends of Museums, Jerusalem, September.
- American Demographics. (2000). **Travel Industry Association**. Parsons. New York : Free Press.
- Bernard M. Feilden, **Conservation of Historic Building**, (Great Britain: Bath Press Ltd, 1994).
- Bill Bramwell and Lone Alletorp. (2001). **Attitudes in the Danish tourism industry to the roles of business and government in sustainable tourism**. Attitudes in the Danish tourism industry to the roles of business and government in sustainable tourism. p. 91–103.
- Birgit Meyer & Peter Geschiere, in William Logan, ed. (2002). **The Disappearing ‘Asian’ City: Protecting Asia’s Urban Heritage in a Globalizing World**. Oxford: Oxford University Press.
- Bornemeier, J.; Victor,M.; & Durst, P.B. (edited).(1997). **Ecotourism for Forest Conservation and Community Development**. Proceedings of an International Seminar Held in Chiang Mai, Thailand, 28-31 January 1997. FAO/RAP Publication: Bangkok.Gold Coast : ICER .
- Brid and Cardiness. (2006). **Environment is Industry**. Switzerland: Schocken Bools.
- Bull, Catherin Jane. (1990). **Sustainable tourism in remote Australia: Strategies for physical planning and infrastructure**. Ph.D. dissertation, Harvard University, United States -- Massachusetts. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.

- Claudia Jurowski and Desmond Omotayo Brown. (2001). **A Comparison of the Views of Involved Versus Noninvolved Citizens on Quality of Life and Tourism Development Issues.** *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Volume 25, No.4, November 2001, p. 355-370.
- Colin Hunter, Jon Shaw. (2005). **The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism.** *Tourism Management* page 46-57, July, 2005.
- David A. Fennell. (1999). **Tourism Development in Management.** New York: Dell.
- Dobson, Suzanne L. (2000). **Coastal community development in the Caribbean via small boat cruising tourism: An examination of sustainable tourism development in George Town, Exuma, Bahamas.** M.A. dissertation, Dalhousie University (Canada), Canada. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- Dowling. (1995). **Tourism Industrial.** London: The Chaucer Press. Publication.
- Erick T. Byrd and David A. Cardenas. (2006). **Elements of Stakeholder Support for Tourism in Rural Communities : The Case of Eastern North Carolina.** Southeastern Travel and Tourism Research Association Research Symposium. Sarasota, FL. March 2006.
- Erick T. Byrd. (2007). **Stakeholder in Sustainable Tourism Development and their roles : Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development.** *Tourism Review*, Volume 62, No.2/2007, March 2007, p. 6-13.
- Erwin. (2009). **Decision Instruction.** New York : Free Press.
- Ferhan Gezici. (2006). **Components of Sustainability : Two Cases from Turkey.** *Annals of Tourism Research*, Vol.33, No.2 , p. 442-455.
- Ferraro,Gary.(1998). **Cultural anthropology.** U.S.A. : Weds worth.
- Galia Fuchs. (2011). **Low Versus High Sensation-seeking Tourists : a Study of Backpackers' Experience Risk Perception.** Article first published online: 15 NOV 2011.
- George Briassoulis. (2000). **Pediatric Anesthesia.** *Pediatric Anesthesia* Volume 10, Issue4, Page 429-434. July, 2000.
- Greenwood, Jerusha Bloyer.(2006). **Sustainable Development in a Tourism Destination Context : A Plimsoil Model of Sustainability in Tyrrell Country, North Carolina.** PhD dissertation, North Carolina State University, North Carolina.

- Harry L. Garnham. (1985). **A Process for the Preservation of town character.**
maintaining the spirit of place.
- Hilary du Cros. (2001). **A New Model to assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism.** Article first published online: 1 MAY 2013.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.297/abstract;jsessionid=360D5C845E8C5103C5C64F23521EB410.d02t03?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>.
- Hui Zhang, Junyi Zhang and Masashi Kuwano. (2008). **An integrated model of tourists' time use and expenditure behaviour with self-selection based on a fully nested Archimedean copula function.** *Tourism Management* (2012) p.1-12.
- HwanSuk Chris Chol and Ercan Sirakaya. (2006). **Sustainability Indicators for Managing Community Tourism.** *Tourism Management*, Volume 27, Issue 6, December 2006, p. 1274-1289.
- Ian Yeoman. (2007). **Tourism Management.** *Tourism Management*, Volume 28, Issue 4 page 1128-1138, August, 2007.
- Ivana Logar. (2010). **Sustainable Tourism Management in Crikvenica Croatia : An Assessment of Policy Instruments.** *Tourism Management*, Volume 31, 2010, p. 125-135.
- James L. Creighton. (2005). **The Public Participation Handbook.** San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Jeong, Seonhee. (2008). **Assessing social capital and community involvement: Social network analysis for the sustainable Amish community tourism development.** Ph.D. dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign, United States -- Illinois. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- Jinyang Deng. (2007). **Visitors' Perceptions of Tourism Development in West Virginia.** Proceedings of the 2007 Northeastern Recreation Research Symposium. p.181-188.
- Joanne Connell, Stephen J. Page and Tim Bentley. (2009). **Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand : Monitoring Local Government Planning under the Resource Management Act.** *Tourism Management*, Volume 30, 2009, p. 867-877.
- John Swarbrooke. (2005). **Sustainable Tourism Management.** CABI Publishing, UK.

- Justin Curto. (2006). **Resident Perceptions of Tourism in a Rapidly Growing Mountain Tourism Destination**. Waterloo, Ontario, Canada.
- Kaoru Okamura and Mototsugu Fukushige. (2011). **Differences in travel objectives between first-time and repeat tourists : An empirical analysis for the Kansai area in Japan**. Article first published online: 13 NOVE 2011.
- Kim, Kyungmi.(2002). **The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life of Residents in the Community**. PhD dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia.
- Kim and Pennington-Gary. (2003). **Perceptions of Tourism Development : The case of Micanopy, Florida**. Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium.
- Kirsty Sherlock. (1999). **The Role of Community in Tourism Studies**. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 11,2/3, 1999, p. 126-127.
- Kom Campiranon. (2009). **Physiology Management**. London: Sir Isaac Pitman & Sons.
- Kris Endresen. (1999). **Sustainable Tourism and Cultural Heritage**. Oxford.
- Kyungmi Kim. (2002). **The effects of tourism impacts upon Quality of Life of residents in the community**. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Latkova, Pavlina.(2008). **An Examination of Factors Predicting Residents' Support for Tourism Development**. PhD dissertation, Michigan State University, Michigan.
- Luis César Herrero, José Ángel Sanz, Ana Bedate and María José del Barrio. (2012). **Who pays more for a Cultural Festival, Tourists or Lacals ? A Certainty Analysis of a Contingent Valuation Application**. Article first published online: 20 DEC 2011
- Mary-Frances Lynch, Peter Duinker, Lorn Sheehan and Janet Chute. (2010). **Sustainable Mi'kmaw Cultural Tourism Development in Nova Scotia, Canada : Examining Cultural Tourist and Mi'kmaw Perspectives**. Journal of Sustainable Tourism, Volume 18, No. 4, May 2010, p. 539-556.
- Mc Intosh and Goeidner. (1980). **Tourism Destination**. Waterloo, Ontario, Canada.
- Mc.Intosh, R.W. (1972). **Tourism: Principle, Practices, Philosophies**. Ohio: Grid, Inc.
International Conference: Ecotourism: Concept Design and Strategy, February 6-8, 1995 Srinakharinwirot University Bangkok, Thailand.

- McKercher, B.; Cros and H. du. (2002). **Cultural tourism : the partnership between tourism and cultural heritage management.** management 2002 pp. xiii + 262 pp.
- Messerli, Hannah Rietz. (1993). **Tourism area life cycle models and residents' perceptions: The case of Santa Fe, New Mexico.** Ph.D. dissertation, Cornell University, United States -- New York. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- Mike Robinson & David Picard. (2006). **Tourism, Culture and Sustainable Development.** Programme "Culture, tourism, development" Division of cultural policies and intercultural dialogue Sector, UNESCO.
- Milne, A. & Mason, D. (2000). **Tourism, I.T.& Community Development 4th New Zealand Tourism & Hospitality Conference: New Zealand Tourism: Meeting Challenges & Seizing Opportunities, Auckland, New Zealand:** New Zealand Tourism and Hospitality Conference.
- Nancy G. McGehee and Kathleen L. Andereck.(2004). **Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism.** Journal and Travel Research, Volume 43, No.2, 2004, p. 131-140.
- Pavlina Latkova. (2008). **An Examination of Factors Predicting Residents' Support For Tourism Development.**
- Pin-Ju Juan and Hui-Mei Chen. (2011).**Taiwanese Cruise Tourist Behavior during Different Phrases of Experience.** Article first published online: 23 NOV 2011.
- Rene van der Duim and Marlies Willemijn van Hal. (2007). **Stakeholders' Perceptions and Future Trends of Tourism in Rila National Park, Bulgaria.** Rila National Park March , 2007.
- Robinson, H. (1976). **A Geography of Tourism.** London: The Chaucer Press.
- Robertson,Roland.(1992). **Globalization. London :** SAGE Publication.
- Sevgin Akis Roneyand Perin Oztin. (2008). **Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey.** Journal of Hospitality,Leisure,Sport & Tourism Education, Volume 6, No.1.
- Shirley, E.(1992). **Beyond the Green Horizon, Principles for Sustainable Tourism.** Surrey :World Wide Fund for Nature (WWF).

- T.La Piere, Richard.(1965). **Social change.Japan** : Tosho printing.
- Tover Mulest. (2008). **Environment**. New York: Guilford Press.
- Vesey, Catherine McCracken. (1999). **Tourism impacts in the Vieux Carre: An analysis of cultural issues, residential perspectives, and sustainable tourism planning**. Ph.D. dissertation, University of New Orleans, United States -- Louisiana. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- Wight, P. A. (1993). **Sustainable Ecotourism: Balancing Economic, Environmental and Social Goals Within an Ethical Framework**. Journal of Tourism Studies 1993 Vol. 4 No. 2 pp. 54-66.
- Wilson Fesenmaier and Van. (2001). **Behavior : An Introduction to Theory and Research**. New York : Harpers and Brothers Publishers.
- Wolfkill, John Christopher. (2000). **Cultural tourism and educational development: Creating new realities in the inner city**. M.S. dissertation, University of Southern California, United States -- California. Retrieved February 7, 2009, from Dissertations & Theses: A&I database.
- WooMi Jo Phillips', Kara Wolfe, Nancy Hodur and F. Larry Leistriz. (2011). **Tourist Word of Mouth and Revisit Intentions to Rural Tourism Destinations : a Case of North Dakota, USA** Article first published online: 10 NOV 2011.
- World Tourism Organization. (1997). **Tourism 2020 Vision** . Madrid: WTO.
- Yamane, Taro. (1967) **Statistic,an Introductory Analysis**, 2nd ed. New York : Harper and Row.Publisher.
- Yim King Penny Wan , Xiangping Li (2011). **Sustainability of Tourism Development in Macao, China**. Article first published online: 13 SEP 2011.
- Yooshik Yoon. (2002). **Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders' Perspectives**. Virginia Polytechnic Institute and State University.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. รศ.ดร.พัชรินทร์ สิริสุนทร
 ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 9
 สังกัด สาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
 คุณวุฒิทางการศึกษา
 ศศ.บ. (จิตวิทยา / สังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ศคม. สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล
 Ph.D. (Planning and Development) The University of Queensland,
 Australia
 Post-doctoral Research Josai International University, Japan
2. รศ.ดร.เอี่ยมพร เขียวหิรัญ
 ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 9
 สังกัด สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 คุณวุฒิทางการศึกษา
 กศ.บ.(ชีววิทยา) มศว. มหาสารคาม
 กศ.ม. (แนะแนว) มศว.ประสานมิตร
 D.MS. (Management Science), University of The Philippines
3. รศ.ดร.วิโพทธิ์ วัฒนานิมิตกุล
 ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 9
 สังกัด สาขาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 คุณวุฒิทางการศึกษา
 กศ.บ.(ประวัติศาสตร์) มศว. ประสานมิตร
 ค.ม. (นิเทศการศึกษาและพัฒนาหลักสูตร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ค.ค. (หลักสูตรและการสอน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. รศ.ดร.วันทนีส์ สว่างอารมณ์

ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 9

สังกัด สาขาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คุณวุฒิทางการศึกษา

ศษ.บ. (คณิตศาสตร์-ชีววิทยา) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วท.ม. (พฤกษศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปร.ค. (การจัดการเทคโนโลยี) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

5. รศ.สุภรณ์ ลิ้มบริบูรณ์

ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 9

สังกัด ข้าราชการบำนาญ คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

คุณวุฒิทางการศึกษา

กศ.บ. (ภาษาอังกฤษ-คณิตศาสตร์) วิทยาลัยการศึกษাপทุมวัน

ค.ม. (สถิติการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
หนังสือราชการ



ที่ ศธ.0564.14/ 525

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

14 กรกฎาคม 2554

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำคหุณินพนธ์

เรียน รศ.ดร.พัชรินทร์ สิริสุนทร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นางสาวสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรปรัชญาคหุณินพนธ์บัณฑิตสาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำคหุณินพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาคหุณินพนธ์ ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.คิลก บุญเรืองรอด | ประธานกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการ |
| 3. รศ.ดร.บงอร เสรีรัตน์ | กรรมการ |

ในการทำคหุณินพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถทางด้านการทำงานวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วยจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐชุกร)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2473-7000 ต่อ 1810



ที่ ศธ.0564.14/ 524

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

14 กรกฎาคม 2554

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำคุษณินพนธ์

เรียน รศ.ดร.เอี่ยมพร เขียรหิรัญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นางสุทิพย์พร โขศิริตันศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรปรัชญาคุษณินพนธ์ สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำคุษณินพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี คณะกรรมการที่ปรึกษาคุษณินพนธ์ ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.คิลก บุญเรืองรอด | ประธานกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการ |
| 3. รศ.ดร.บังอร เสรีรัตน์ | กรรมการ |

ในการทำคุษณินพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เสริมฐขจร)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2473-7000 ต่อ 1810



ที่ ศธ.0564.14/ 523

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

14 กรกฎาคม 2554

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำคุษณินพนธ์

เรียน รศ.ดร.วันทนีย์ สว่างอารมณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นางสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิตสาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำคุษณินพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาคุษณินพนธ์ ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.ดิศกุล บุญเรืองรอด | ประธานกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการ |
| 3. รศ.ดร.บังอร เสรวีรัตน์ | กรรมการ |

ในการทำคุษณินพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สราวุธ เศรษฐขจร)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2473-7000 ต่อ 1810



ที่ ศธ.0564.14/ 522

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

14 กรกฎาคม 2554

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำคุษณินิพนธ์

เรียน รศ.ดร.วิไพภฎฐ์ วัฒนานามิตกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นางสาวสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรปรัชญาคุษณินิพนธ์บัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำคุษณินิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี คณะกรรมการที่ปรึกษาคุษณินิพนธ์ ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.คิลก บุญเรืองรอด | ประธานกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการ |
| 3. รศ.ดร.บงอร เสรีรัตน์ | กรรมการ |

ในการทำคุษณินิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถทางด้านการทำวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วยจะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เสรีฐขจร)

รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2473-7000 ต่อ 1810



ที่ ศธ.0564.14/ 521

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

14 กรกฎาคม 2554

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือในการทำคุษฎินิพนธ์

เรียน รศ.สุภรณ์ ลิมบริบูรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นางสาวสุทิพย์พร โขตรัตนศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำคุษฎินิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี คณะกรรมการที่ปรึกษาคุษฎินิพนธ์ ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.ดิศกุล บุญเรืองรอด | ประธานกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการ |
| 3. รศ.ดร.บงอร เสวีรัตน์ | กรรมการ |

ในการทำคุษฎินิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์ที่สุด ทางบัณฑิตวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถทางด้านการศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2473-7000 ต่อ 1810

ภาคผนวก ก

หนังสือโครงการปรัชญาคุณฐิบัณฑิตเพื่อขอความร่วมมือ
ในการกรอกแบบสอบถามและสัมภาษณ์



ที่ ศธ.0564.14 / พิเศษ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

5 มกราคม 2555

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

เรียน

ด้วย นางสาวสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| 1. รศ.ดร.ดิลก บุญเรืองรอด | กรรมการที่ปรึกษาหลัก |
| 2. รศ.ดร.พลสิทธิ์ หนูชูชัย | กรรมการที่ปรึกษาร่วม |
| 3. รศ.ดร.บงอร เสรีรัตน์ | กรรมการที่ปรึกษาร่วม |

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้นักศึกษาเข้าดำเนินการเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร)

รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2473-7000 ต่อ 1810

โทรสาร 0-2890-1786

ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

เสนอ

รองศาสตราจารย์ ดร. ดิลก	บุญเรืองรอด
รองศาสตราจารย์ ดร. พลสิทธิ	หนูชูชัย
รองศาสตราจารย์ ดร. บังอร	เสวีรัตน์

โดย

สุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยในระดับปริญญาเอก หลักสูตร การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยนางสุทิพย์พร โขตรีตันศักดิ์

คำชี้แจง

1. ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน อ่านข้อความให้ชัดเจนพร้อมทั้งตอบคำถาม ทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด
2. ผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ของแต่ละหัวข้อหรือกรอกข้อมูลลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สำหรับผู้วิจัย

- | | | |
|------------------------------------|-------------------------|----------------------------|
| 1. เพศ | | <input type="checkbox"/> 4 |
| () ชาย | () หญิง | |
| 2. อายุ | | <input type="checkbox"/> 5 |
| () ไม่เกิน 30 ปี | () 31-40 ปี | |
| () 41-50 ปี | () 51-60 ปี | |
| () มากกว่า 60 ปี | | |
| 3. ระดับการศึกษา | | <input type="checkbox"/> 6 |
| () ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น | () มัธยมศึกษาตอนต้น | |
| () มัธยมศึกษาตอนปลาย | () ปวช./ปวส./อนุปริญญา | |
| () ปริญญาตรี | () ปริญญาโท | |
| () ปริญญาเอก | | |
| 4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน | | <input type="checkbox"/> 7 |
| () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | () พนักงาน/บริษัทเอกชน | |
| () ก้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | () รับจ้างทั่วไป | |
| () ประกอบอาชีพเกษตรกรรม | () นักเรียน/นักศึกษา | |
| () อื่นๆ | | |
| 5. รายได้ต่อเดือนโดยรวมของครอบครัว | | <input type="checkbox"/> 8 |
| () 0-15,000 บาท | () 15,001-30,000 บาท | |
| () 30,001-45,000 บาท | () 45,001-60,000 บาท | |
| () 60,001-90,000 บาท | () 90,001-120,000 บาท | |
| () 120,001-150,000 บาท | () 150,001-225,000 บาท | |
| () มากกว่า 300,001 บาท | () \$20,001-\$25,000 | |
| () \$25,001-\$35,000 | () \$35,001 + | |
| () ไม่มีรายได้/ไม่ได้ทำงาน | | |

6. ถิ่นที่อยู่ของท่านในปัจจุบัน 9
- () ชนบท/ต่างจังหวัด
- () เมืองใหญ่ (เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี นครราชสีมา พัทยา ฯลฯ)
- () เมืองหลวง (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล)
7. การใช้เส้นทางเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยมายังสถานที่ท่องเที่ยว 10
- () ทางรถยนต์ () ทางรถไฟ
- () ทางเรือ () ทางเครื่องบิน
- () สามารถเลือกใช้เส้นทางได้หลากหลาย
8. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 11
- () 1 ครั้งต่อปี () 2 ครั้งต่อปี
- () 3 ครั้งต่อปี () ไม่แน่นอน
9. เหตุผลในการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 12
- () เพื่อนชักชวน
- () ครอบครัวมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ
- () มีความศรัทธา
- () มีการโฆษณาจากสื่อต่างๆ
- () อื่นๆ.....
10. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่
ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่สวยงามเป็นแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยว 13
- () มากที่สุด () มาก
- () ปานกลาง () น้อย
- () น้อยที่สุด

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทาง
วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ทั้งนี้ ได้กำหนด
ความหมาย ดังนี้

- ช่องระดับ 5 หมายถึง ระดับปัจจัย มากที่สุด
- ช่องระดับ 4 หมายถึง ระดับปัจจัย มาก
- ช่องระดับ 3 หมายถึง ระดับปัจจัย ปานกลาง
- ช่องระดับ 2 หมายถึง ระดับปัจจัย น้อย
- ช่องระดับ 1 หมายถึง ระดับปัจจัย น้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว						
สิ่งดึงดูดใจ						
1. การนับถือศาสนาพุทธ						<input type="checkbox"/> 14
2. เป็นศูนย์รวมทางด้านจิตใจ						<input type="checkbox"/> 15
3. วัดมีสิ่งดึงดูดใจที่มีคุณค่าทางด้านศิลปและวัฒนธรรม						<input type="checkbox"/> 16
4. มีการพัฒนาและให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 17
5. มีการจัดระบบ ระเบียบ ดูแลรักษาความสะอาดและความสวยงามอย่างต่อเนื่อง						<input type="checkbox"/> 18
สิ่งอำนวยความสะดวก						
6. สถานที่จอดรถพอเพียง						<input type="checkbox"/> 19
7. มีปัจจัยพื้นฐานไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้า						<input type="checkbox"/> 20
8. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี สื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ						<input type="checkbox"/> 21
9. มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย						<input type="checkbox"/> 22
10. มีการจำหน่ายสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึก						<input type="checkbox"/> 23
การเข้าถึง						
11. มีการเดินทางสะดวกสบาย						<input type="checkbox"/> 24
12. มีการระบุเส้นทางในแผนที่						<input type="checkbox"/> 25
13. ยานพาหนะพอเพียง						<input type="checkbox"/> 26
14. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง						<input type="checkbox"/> 27
15. สามารถศึกษาเส้นทางได้จากอินเทอร์เน็ต (Internet)						<input type="checkbox"/> 28

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
การต้อนรับ						
16. มีการจัดเจ้าหน้าที่ไว้ต้อนรับในแต่ละจุด						<input type="checkbox"/> 29
17. มีการชี้แจงข้อบังคับและแนะนำการปฏิบัติในการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 30
18. มีการจัดเจ้าหน้าที่สำหรับบริการนำเที่ยวในวัด						<input type="checkbox"/> 31
19. เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวในวัดมีความรู้มีความรับผิดชอบในหน้าที่และกริยามารยาทที่ดี						<input type="checkbox"/> 32
20. มีการจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดต่างๆ						<input type="checkbox"/> 33
ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม						
สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ						
21. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อหรือภาวะเงินฝืด						<input type="checkbox"/> 34
22. สถานะทางการเงิน/รายได้ที่ท่านได้รับ						<input type="checkbox"/> 35
23. ภาวะการจ้างงาน/จำนวนแรงงาน/เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการ						<input type="checkbox"/> 36
24. อัตราการเพิ่มค่าบริการและการเพิ่มของระดับราคาสินค้า						<input type="checkbox"/> 37
25. การเกิดภัยพิบัติ เช่น อุทกภัย						<input type="checkbox"/> 38
สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว						
26. การเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 39

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
27. การใช้เครือข่ายโดยวิธีการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การใช้รถยนต์ เรือและวิธีอื่นๆ						<input type="checkbox"/> 40
28. การพิจารณาเลือกเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อช่วยให้การเดินทางสะดวกและปลอดภัย						<input type="checkbox"/> 41
29. การเลือกเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการประหยัด						<input type="checkbox"/> 42
30. การวางระบบและประสานงานระหว่างหน่วยงาน องค์กรเพื่อการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 43
สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง						
31. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ						<input type="checkbox"/> 44
32. การวางนโยบายพัฒนาระบบคมนาคม เพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว						<input type="checkbox"/> 45
33. นโยบายการด้านการจัดการในส่วนของประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม						<input type="checkbox"/> 46
34. ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง						<input type="checkbox"/> 47
35. บรรยากาศทางการเมืองไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 48
สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย						
36. มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวด						<input type="checkbox"/> 49
37. ระเบียบ ข้อบังคับและขั้นตอนการปฏิบัติที่ยุ่งยาก						<input type="checkbox"/> 50
38. การปล่อยปละละเลยและการเลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่รัฐ						<input type="checkbox"/> 51
39. มาตรการด้านกฎหมายขาดการควบคุมในบางพื้นที่						<input type="checkbox"/> 52

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
40. การขาดแคลนเจ้าหน้าที่รัฐ ส่งผลกระทบต่อ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 53
ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว						
เพศ						
41. การเลือกหรือเจาะจงกลุ่มเพศหญิง เพศชายใน การมาท่องเที่ยวเที่ยวทางวัฒนธรรม						<input type="checkbox"/> 54
42. การจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับเพศของ นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการบวชชีพราหมณ์						<input type="checkbox"/> 55
43. จำนวนเพศหญิง เพศชายเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะด้านการ เดินทางที่มีความยากลำบาก						<input type="checkbox"/> 56
44. ข้อจำกัดของเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย						<input type="checkbox"/> 57
45. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเพศที่เข้าร่วม ด้วยส่งผลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 58
อาชีพ						
46. อาชีพที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้						<input type="checkbox"/> 59
47. อาชีพที่แตกต่างกันมักก่อให้เกิดความยุ่งยากใน การเดินทางท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 60
48. อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลใดๆ ต่อการ ท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 61
49. อาชีพของนักท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เช่น นักบวช						<input type="checkbox"/> 62
50. การพิจารณาการประกอบอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่งต่อการการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม						<input type="checkbox"/> 63

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
รายได้						
51. การประเมินรายได้ของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการ						<input type="checkbox"/> 64
52. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยมักจะไม่มีสิทธิเลือกวิธีการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 65
53. รายได้เป็นตัวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 66
54. รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความสะดวกสบาย						<input type="checkbox"/> 67
55. รายได้ของนักท่องเที่ยวมากจะทำให้เกิดอำนาจซื้อที่สูง						<input type="checkbox"/> 68
ถิ่นที่อยู่						
56. ความคล้อยคลึงด้านถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวทำให้ง่ายต่อการจัดการการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 69
57. ผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมักไม่สนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 70
58. การเดินทางไปต่างถิ่นของนักท่องเที่ยวช่วยให้เกิดความตื่นเต้นประทับใจ						<input type="checkbox"/> 71
59. การอนุรักษ์สภาพถิ่นที่อยู่อาศัยของคนและชุมชนเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม						<input type="checkbox"/> 72
60. การบูรณะฟื้นฟูถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นการสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง						<input type="checkbox"/> 73
แรงจูงใจ						
61. แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์						<input type="checkbox"/> 74
62. การได้รับสิทธิพิเศษ ลด แลก แจก แถม						<input type="checkbox"/> 75

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
63. อัตราค่าใช้จ่ายเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 76
64. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์						<input type="checkbox"/> 77
65. ความชอบส่วนบุคคลและความต้องการเรียนรู้						<input type="checkbox"/> 78
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน						
การศึกษาและการเพิ่มคุณค่า						
66. วัดให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้						<input type="checkbox"/> 79
67. วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนชน						<input type="checkbox"/> 80
68. การจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เป็นประจำทุกปีเป็นการช่วยเพิ่มคุณค่า						<input type="checkbox"/> 81
69. วัดมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์วัดและสภาพแวดล้อมโดยรวม						<input type="checkbox"/> 82
70. วัดมีบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การตอบข้อสงสัยต่างๆ หรือบริการสอบถามข้อมูล						<input type="checkbox"/> 83
การจัดการเชิงระบบ						
71. การจัดทำแผนพัฒนาวัดร่วมกับบุคลากรในชุมชน						<input type="checkbox"/> 84
72. การวางเครือข่ายระหว่างรัฐกับหน่วยงานในชุมชน						<input type="checkbox"/> 85
73. มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การอำนวยความสะดวก การควบคุมและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 86
74. วัดมีการวางแผนป้องกันผลกระทบทางลบอันเกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม						<input type="checkbox"/> 87

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
75. วัดมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัด						<input type="checkbox"/> 88
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น						
76. มีการประสานงานระหว่างภาครัฐบุคลากรในชุมชน พระและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือกันในการจัดการการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 89
77. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านธุรกิจการค้าขายของที่ระลึก อาหารและพัฒนาสินค้าในชุมชน โดยเฉพาะสินค้าที่สร้างชื่อเสียงกับชุมชนและวัด						<input type="checkbox"/> 90
78. การได้รับผลประโยชน์และสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ จากการจัดการการท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 91
79. การจัดหาผู้มีความรู้ ความสามารถแต่ละด้านมาให้คำปรึกษา						<input type="checkbox"/> 92
80. การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ						<input type="checkbox"/> 93
การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว						
81. มีการดำเนินการให้ความรู้ เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดความรักต่อสิ่งดึงดูดใจภายในวัดให้กับนักท่องเที่ยวและนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดเด่นของวัด เช่น การนวด						<input type="checkbox"/> 94
82. จัดตั้งกลุ่มเพื่อนุรักษ์โบราณสถานภายในวัด เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนต่อสิ่งที่เป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ						<input type="checkbox"/> 95
83. จัดกิจกรรมนำเสนอสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจภายในวัดแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้มัลติมีเดีย						<input type="checkbox"/> 96

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ระดับปัจจัย					สำหรับผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
84. สร้างศรัทธาและเจตคติทางบวกด้วยการ เสนอแนะข้อดี แก้ไขข้อบกพร่องและป้องกันภัย ทั้งทางตรงและทางอ้อม						<input type="checkbox"/> 97
85. ยกย่องเชิดชู ผู้นำคุณประโยชน์และ บูรณปฏิสังขรณ์วัดให้เป็นที่ประจักษ์ แก่บุคคลในชุมชนและนักท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 98
86. การรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากทุกภาคส่วน						<input type="checkbox"/> 99
87. จัดตั้งเครือข่ายการสร้างจิตสำนึกที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว						<input type="checkbox"/> 100

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด

ความคิดเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี) เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ

1. ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจัดอยู่ในระดับใดและมีประเด็นใดบ้างที่สำคัญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีองค์ประกอบใดที่สามารถสร้างความยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามวัดต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ภาพรวมคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะใดบ้างและมีอิทธิพลต่อปัจจัยในการให้บริการทางการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยประเด็นใดบ้างที่จะสนับสนุนให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. แนวทางการสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในส่วนของวัด มีวิธีการพัฒนาอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงในความกรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**** ในกรณีที่ท่านต้องการสรุปย่อผลการวิจัย โปรดแนบนามบัตรหรือชื่อและเบอร์โทรศัพท์เพื่อติดต่อและจัดส่งเอกสารให้เมื่อการวิจัยได้เสร็จสิ้นแล้ว**

ชื่อ.....เบอร์โทรศัพท์.....
ที่อยู่ที่ต้องการให้จัดส่ง.....
.....

นางสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์
นักศึกษาหลักสูตรการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

**An Analysis of Factors Influencing Sustainable
Cultural Tourism in Bangkok Metropolitan Area**

by

Mrs. Sutipporn Chotratanasak

**Questionnaire for the Research Study Entitled
An Analysis of Factors Influencing Sustainable Cultural Tourism
in Bangkok Metropolitan Area**

This questionnaire has been designed for the study purpose on basis of the program in
Education for Locality Development Studies at Bansomdejchaophraya Rajabhat
University
By
Mrs. Sutipporn Chotratanasak

.....

Directions

1. Read the questions thoroughly and answer with your own opinion
2. The result of this questionnaire is used as the preliminary data for the study entitled *An Analysis of Factors Influencing Sustainable Cultural Tourism in Bangkok Metropolitan Area*
3. The questionnaire has 3 parts:
 - Part I – Personal Information
 - Part II – Opinion about the factors influencing Sustainable Cultural Tourism in Bangkok Metropolitan Area
 - Part III – Open-ended questions

Part 1 Personal Information

Directions: Put a ✓ in () that belongs to each item or fill out with your own opinion in the space provided

For researcher

1. Gender 4
- () Male () Female
2. Age 5
- () Less than 30 () 31-40
- () 41-50 () 51-60
- () More than 60
3. Education 6
- () Below lower secondary school () Lower secondary school
- () Higher secondary school () Certificate/Diploma
- () Bachelor () Master
- () Ph.D.
4. Occupation 7
- () Government / State Enterprise Officer
- () Private Company Officer
- () Trade/ Business Owner () Freelance
- () Agriculturist () Student
- () Other (Please specify)
5. Family income per month 8
- () 0-15,000 ₱ () 15,001-30,000 ₱
- () 30,001-45,000 ₱ () 45,001-60,000 ₱
- () 60,001-90,000 ₱ () 90,001-120,000 ₱
- () 120,001-150,000 ₱ () 150,001-225,000 ₱
- () 225,001-300,000 ₱ () 300,001-450,000 ₱
- () more than 450,000 ₱ () \$ 20,001-\$25,000
- () \$ 25,001-\$35,000 () \$ 35,001 +
- () No income/ No job

6. Present town or city you are staying 9
- () Small town in a remote area/small province
- () Big & famous town (such as Chiangmai, Phuket, Chonburi, Nakornrachasima, Pattaya)
- () Bangkok or the nearby province
7. Type of vehicle used for travelling to your destination 10
- () Car () Train
- () Boat () Air
- () More than one choice for your selection
8. Frequency of your visit to the cultural tourist destination 11
- () Once a year () Twice a year
- () Three times a year () Not sure
9. Reason for your visit to the cultural tourist destination 12
- () Friends
- () Family
- () Your own worship
- () Advertisements
- () Other (Please specify)
10. Fame of the cultural tourist destination (such as temple or worship monument and beautiful architecture) attracts your visit. 13
- () Strongly agree () Agree
- () Neutral () Disagree
- () Strongly disagree

Part 2 Opinions towards the factors influencing Sustainable Cultural Tourism in Bangkok Metropolitan Area

Directions:

Put a ✓ into the number most rightly fit to your opinion. Each number refers to the following levels of agreement:

5 = strongly agree

4 = agree

3 = neutral

2 = disagree

1 = strongly disagree

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
Factors concerning the service (FACTSER)						
Attraction (ATTRAC)						
1. Being a Buddhist						<input type="checkbox"/> 14
2. Being a mindfulness-centered						<input type="checkbox"/> 15
3. There is an aesthetic appreciation due to the value of art and culture						<input type="checkbox"/> 16
4. There is development and tourism service						<input type="checkbox"/> 17
5. There is good management so that the place is nice and clean.						<input type="checkbox"/> 18
Amenities (AMENIT)						
6. There is sufficient parking space.						<input type="checkbox"/> 19
7. There is sufficient infrastructure for the tourists such as telephone, communication system, electricity.						<input type="checkbox"/> 20
8. There is advertisement via radio, T.V., cables, on-line media, and printed media.						<input type="checkbox"/> 21
9. There is a security system.						<input type="checkbox"/> 22
10. There are souvenir shops.						<input type="checkbox"/> 23
Accessibility (ACCESS)						
11. There is a comfortable journey						<input type="checkbox"/> 24
12. There are routes shown in the map.						<input type="checkbox"/> 25
13. There are sufficient vehicles.						<input type="checkbox"/> 26
14. You can save the cost of travelling						<input type="checkbox"/> 27
15. You can pre-study the route from the Internet.						<input type="checkbox"/> 28

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
Hospitality (HOSPIT)						
16. There are receptionists at each section						<input type="checkbox"/> 29
17. Regulation and ways to behave for the tourists are provided.						<input type="checkbox"/> 30
18. There are some official guides in the temple						<input type="checkbox"/> 31
19. On-duty officers are responsible and well behave.						<input type="checkbox"/> 32
20. There are security guards at each section						
Factors concerning the environment of Cultural Tourism (FACTENCT)						<input type="checkbox"/> 33
Economics (ECONOM)						
21. Economic situation such as inflation						<input type="checkbox"/> 34
22. Money matters/ amount of your income						<input type="checkbox"/> 35
23. Employment/ number of employees/service people						<input type="checkbox"/> 36
24. Service rate and increase of cost						<input type="checkbox"/> 37
25. Natural disaster such as flood						<input type="checkbox"/> 38
Technology Involvement (TECHINV)						
26. Travelling by air						<input type="checkbox"/> 39

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
27. Use of network by a variety of transportation such as cars, boats						<input type="checkbox"/> 40
28. Use of technological gadgets assisting safer and more comfortable travels						<input type="checkbox"/> 41
29. Use of modern technology to reduce the cost of travel						<input type="checkbox"/> 42
30. There are system and coordination between tourist sectors and tourists						<input type="checkbox"/> 43
Politics (POLITIC)						
31. There is a policy of government on tourism promotion						<input type="checkbox"/> 44
32. There is a policy on transportation development for convenient and speedy travel						<input type="checkbox"/> 45
33. There is a policy on cooperative management with cultural tourism sectors						<input type="checkbox"/> 46
34. There is conflict and violence of politics						<input type="checkbox"/> 47
35. Political event does not support tourism						<input type="checkbox"/> 48
Law (LAW)						
36. Legal measures are strict.						<input type="checkbox"/> 49
37. There are no practical rules, regulation and implementation						<input type="checkbox"/> 50
38. There are some ignorance and double standard of officers.						<input type="checkbox"/> 51
39. Some areas lack of law enforcement.						<input type="checkbox"/> 52

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
40. There are insufficient officers causing insecurity of tourists.						<input type="checkbox"/> 53
Favorable characteristics of tourists (FACTCHAT)						
Gender (GENDER)						
41. There is purposive selection of male or female to the cultural tourism						<input type="checkbox"/> 54
42. There is proper selection of activities for tourists such as ordination of nuns.						<input type="checkbox"/> 55
43. Number of male and female is a one factor of the cultural tourism, particularly with difficult journey.						<input type="checkbox"/> 56
44. Female has more limitation than male.						<input type="checkbox"/> 57
45. The cultural tourism with GLBT participation affects the tourism						<input type="checkbox"/> 58
Occupation (OCCUPA)						
46. Variety of tourists occupation helps sharing of knowledge						<input type="checkbox"/> 59
47. Different occupation brings about difficulties of travelling						<input type="checkbox"/> 60
48. Occupation has no effects on tourism						<input type="checkbox"/> 61
49. Occupation of tourists can promote cultural tourism such as a priest						<input type="checkbox"/> 62
50. Consideration of occupation of tourists affects program management of cultural tourism						<input type="checkbox"/> 63

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
Income (INCOME)						
51. Estimation of tourist income leads into good management						<input type="checkbox"/> 64
52. Tourists with low income are restricted with how to travel						<input type="checkbox"/> 65
53. Income indicates tourism activities						<input type="checkbox"/> 66
54. Income of tourists indicates comfort and convenience of travels						<input type="checkbox"/> 67
55. Income of tourists leads to power of buying						<input type="checkbox"/> 68
Domicile (DOMICIL)						
56. Similarity of domicile of tourists lessens the difficulties of management						<input type="checkbox"/> 69
57. People with residence near the cultural tourism place have little interest to visit the nearby						<input type="checkbox"/> 70
58. Travelling across border is exciting						<input type="checkbox"/> 71
59. Reservation of the residence in community promotes cultural tourism.						<input type="checkbox"/> 72
60. Residence renovation continuously promotes the sustainability.						<input type="checkbox"/> 73
Motivation (MOTIVAT)						
61. Motivation to visit is resulted from advertisement / public relation work						<input type="checkbox"/> 74
62. Premium is motivation						<input type="checkbox"/> 75

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
63. Rate of expense is motivation to visit.						<input type="checkbox"/> 76
64. Fame of the tourist attraction such as temple, worship place is motivation.						<input type="checkbox"/> 77
65. Personal favor and needs to learn are motivation						<input type="checkbox"/> 78
Sustainable Cultural Tourism (SUSCULT)						
Education and increase of value (EDUINVA)						
66. Temples provides useful information.						<input type="checkbox"/> 79
67. Temple is a mindfulness-centered for Buddhists.						<input type="checkbox"/> 80
68. Annual event management for religious days increases value.						<input type="checkbox"/> 81
69. Temples with tourism activities promotes the conservation of temples and environment						<input type="checkbox"/> 82
70. Temples have significant role in providing information to the tourists						<input type="checkbox"/> 83
Systematic management (SYSMANG)						
71. There is cooperation among people in communities						<input type="checkbox"/> 84
72. There is networking between government and community sectors.						<input type="checkbox"/> 85
73. There are plans to fully use resources with utmost benefits, facilitation, as well as control in order to facilitate the tourists						<input type="checkbox"/> 86
74. The temple has practical plans to prevent bad effects from tourists						<input type="checkbox"/> 87

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
75. The temple evaluates the activities on tourism continuously.						<input type="checkbox"/> 88
Involving local communities (INVOLCOM)						
76. There is coordination among government officers, monks and stakeholders in tourism management.						<input type="checkbox"/> 89
77. There are business partners from souvenir shops, restaurants and local product community and improvement of local product especially famous product of the community and temple.						<input type="checkbox"/> 90
78. There is a gain from tourism management.						<input type="checkbox"/> 91
79. There are the experts of the field as consultants.						<input type="checkbox"/> 92
80. There are regular meetings among the committees to deal with the problem.						<input type="checkbox"/> 93
Building up awareness among the stakeholders (BUILAAS)						
81. There is an education to build up awareness among the tourists and to present the wisdom of the temple such as massaging.						<input type="checkbox"/> 94
82. There is an association for the reservation of the historical building in the temple and for building up the compassion of the peoples.						<input type="checkbox"/> 95
83. There are some presentation/activities from the guides to promote valuable things to the tourists.						<input type="checkbox"/> 96

Factors	Level of opinion					For researcher
	5	4	3	2	1	
84. There are some guidelines, prevention of direct/indirect harms in order to enrich faith and positive attitude.						<input type="checkbox"/> 97
85. Admiration of persons (who are examples of good deeds in renovating the temple and deliberating benefits to the temple) is made known among people in the community and tourists.						<input type="checkbox"/> 98
86. Hearing from all sectors.						<input type="checkbox"/> 99
87. Establishment of tourism awareness networks.						<input type="checkbox"/> 100

Part 3 Open-ended questions about more opinion (if any) on other issues

1. What are the factors that influence the cultural tourism? How much are the influences? In what respect?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Are there any aspects of environmental factors that result in the sustainability of the cultural tourism, particularly the temples in Bangkok? If yes, what are they?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. What are the favorable characteristics of the tourists? How do they influence the tourism service?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. What are the aspects of cultural tourism? What aspects support the sustainability?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. What are the guidelines for the sustainability of cultural tourism?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Thank you very much for spending your valuable time on this questionnaire.

** If you need the executive summary of this study, please enclose your name card/write down your name and telephone number below. The researcher will contact you after she finishes the study.

Name..... Tel:.....

Address.....

.....

Mrs. Sutipporn Chotratanasak
Education for Locality Development Studies
Bansomdejchaophraya Rajabhat University

ภาคผนวก จ
สำเนาใบตอบรับการลงวารสาร



Bansomdejchoapraya
Rajabhat University



**Research and Development Institute
Bansomdejchoapraya Rajabhat University**

4 January 2011

Dear Mrs.Sutipporn Chotratanasak:

Now that your abstract "Factors Influencing the Sustainability of Cultural Tourism Resources" has been accepted, and you have a presentation slot at The 2nd BSRU International Conference 2011, the next step in the process is to rewrite regarding the feedbacks and upload your full paper into the conference database. The deadline for submission is 31 January 2011, however, the earlier you get your paper in the earlier it can be reviewed by the Academic Peer Review Panel for inclusion in the conference proceedings. There is also an exciting opportunity to have your paper published in 'The BSRU International Conference Proceedings'.

Now is a good time to submit your full paper and complete the online registration for attendance at the conference. Secure your place at the conference by registering and processing payment on line via the Registration Form

Should you have any queries regarding either process please contact me via return email.

Kind Regards

Assoc.Prof.Dr.Wanwadee Chaichankul
Director
Research and Development Institute
Bansomdejchoapraya Rajabhat University
Tel.(662)- 4737000 Ext.1600-1 Fax.(662)-4737000 Ext.1601
E-mail: Inc2011.interbsru@gmail.com or Wanwadee48@yahoo.com



RDI
BY BSRU
RESEARCH AND DEVELOPMENT INSTITUTE

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
BANSOMDEJCHAOPRAYA RAJABHAT UNIVERSITY (BSRU)

Factors Influencing the Sustainability of Cultural Tourism Resources

Sutippom Chotranasak



Abstract

Presently, tourism has become an important industry that plays a vital role in the world economy. The tourism industry has been expanded rapidly and thoroughly into almost every region in the world as seen by a dramatic increase in number of the tourists in the last 50 years. In addition, WTO predicted that a twice higher number of tourists would travel. That is, more than 1,500 million tourists would be found travelling in 2020. The tourism has then become

an essential issue of discussion, particularly, on the sustainable development. The major problematic aspects of the sustainable tourism needed to take into consideration are the balance between the objectives of tourism development with the physical, environmental, and cultural conservation, the cooperation among the stakeholders, and the prolongation of the tourists's satisfaction level. Cultural tourism is a part of the sustainable tourism having certain specific objectives in educating people about specific attributes of culture, history, archaeology and cultural facilities relating to the ways of life in the society. Although the capacity of Thai cultural tourism is popular, the tourism is a risk to local culture heritage. In addition, there are many factors affecting the sustainability of the tourism. These factors involve the natural resource potential, the tourists, the management, and environmental context. A study of conditions and level of such those factors would lead to ways to solve problems, find out the causes of problems, build up the sustainability of the cultural resources, and avail the suggestions for policy making to increase the potential of cultural tourism.





Bansomdejchoapraya Rajabhat University

Bangkok, Thailand

This is to certify

Mrs. Sutipporn Chotratanasak

*As a Presentater at The 2nd BSRU International Conference 2011
“The Innovation and Technology for Sustainable Development”*

25 - 27 March 2011

*At Somdej Thani Hotel, Bansomdejchoapraya Rajabhat University
Bangkok, Thailand*

W. Chaichankul.

*Assoc.Prof.Dr. Wanwadee Chaichankul
Director
Research and Development Institute*

Supol.

*Professor Dr. Supol Wuthisen
President
Bansomdejchoapraya Rajabhat University*



ภาคผนวก จ
สำเนาประกาศนียบัตร



EDITH COWAN UNIVERSITY
WESTERN AUSTRALIA

Sutipporn Chotratanasak

HAVING FULFILLED ALL REQUIREMENTS PRESCRIBED BY THE UNIVERSITY
HAS THIS DAY BEEN ADMITTED TO THE AWARD OF

GRADUATE DIPLOMA OF SCIENCE
(INTERDISCIPLINARY STUDIES)

Kandy Coull

CHANCELLOR

K. O. Cox

VICE CHANCELLOR



THE GRADUATION SEAL OF EDITH
COWAN UNIVERSITY WAS HERETO
AFFIXED ON THE SIXTEENTH DAY
OF JANUARY, 2007 BY THE
AUTHORITY OF THE COUNCIL.

2007003130

EDITH COWAN UNIVERSITY
Graduate Research School

ECU RESEARCH WEEK

Certificate of Participation

This certificate is awarded to

Mrs Sutiporn Chotratanasak

in recognition of your participation in
Research Week

at

Edith Cowan University
15 - 19 August 2011



19 August 2011

Professor Joe Luca
Dean, Graduate Research School



CRICOS IPC 00279B





Faculty of Education

This is to certify that

Mrs Sutipporn Chotratanasak

has participated in the PhD Seminar:

**RESEARCHING ON
TECHNOLOGY FOR
SUSTAINABILITY**

from 11th April 2007 – 16th April 2007

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bob Elliott', written over a horizontal line.

Associate Professor Bob Elliott

Director, International Development

Faculty of Education

16 April 2007

Queensland University of Technology

UNIVERSITY OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES-HANOI
is pleased to present this



CERTIFICATE

to **MRS. SUTIPPORN CHOTRATANASAK**

in recognition of the attendance of the training course on
“Human Resources Development for Rural Development”
from 16 to 17 November 2006

Hanoi, November 17th 2006

Prof. Dr. Nguyen Van Khanh
Rector

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN-HÀ NỘI



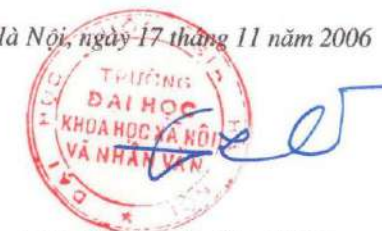
GIẤY CHỨNG NHẬN

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN
chứng nhận

Bà SUTIPPORN CHOTRATANASAK

đã tham gia khóa học về
“Phát triển nguồn nhân lực để phát triển nông thôn”
từ ngày 16 đến ngày 17 tháng 11 năm 2006

Hà Nội, ngày 17 tháng 11 năm 2006



PGS. TS. Nguyễn Văn Khánh
Hiệu trưởng



This is to certify that

Sutipporn Chotratanasak

Attended

**SCT4101 New Technology for Locality
Development**
16-27th October, 2006

and is awarded this

Certificate of Attendance

This course was delivered and assessed by
Edith Cowan University

A handwritten signature in black ink that reads 'Supol Wuthisen'. The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke at the end.

.....
A/Professor Supol Wuthisen
President
Bansomdejchaopraya Rajabhat University
Thailand

A handwritten signature in black ink that reads 'Jim Cross'. The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke at the end.

.....
A/Professor Jim Cross
Associate Dean, International
Edith Cowan University
Australia

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

This certificate is awarded to

Sutipporn Chotratanasak

for having actively participated in the two-day lecture on "Education for Locality Development" held from 14 August to 15 August 2006, 9:00 a.m - 5:00 p.m. at the Balay Kalinaw, University of the Philippines, Diliman, Quezon City.



University of the Philippines

M. Talisayon
DR. VIVIEN M. TALISAYON
Dean, College of Education

R. Quieta
DR. ROMEO C. QUIETA
Dean, College of Social Work and
Community Development

ประวัติผู้วิจัย

ข้อมูลส่วนตัว

ชื่อ นามสกุล	นางสุทิพย์พร โชติรัตนศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	20 มิถุนายน 2504
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

- ครุศาสตรบัณฑิต (คบ.ภาษาฝรั่งเศส-จิตวิทยาการให้คำปรึกษาแนะแนวในโรงเรียน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2526
- ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.การสอนภาษาฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2535
- ได้รับทุนรัฐบาลฝรั่งเศสอบรมเรื่อง “การสอนภาษาฝรั่งเศสในฐานะภาษาต่างประเทศ” มหาวิทยาลัย Standhal-Grenoble 3, เมือง Grenoble ประเทศฝรั่งเศส พ.ศ. 2540
- Graduate Diploma of Science in Interdisciplinary Studies, Edith Cowan University, Perth, Western Australia พ.ศ. 2549
- ศึกษาต่อในระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พ.ศ. 2547

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2527-2538	อาจารย์ประจำ หมวดภาษาต่างประเทศ โรงเรียนคอนเมืองทหารอากาศบำรุง
พ.ศ. 2538-2542	หัวหน้าหมวดภาษาฝรั่งเศส โรงเรียนโพธิสารพิทยากร
พ.ศ. 2542-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2545-2548	หัวหน้างานสวัสดิการ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2548-2551	รองผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

- พ.ศ. 2549-2550 รองคณบดี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- พ.ศ. 2551-2555 ผู้อำนวยการสำนักวิเทศสัมพันธ์และภาษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- พ.ศ. 2556 รักษาการผู้อำนวยการสำนักวิเทศสัมพันธ์และเครือข่ายอาเซียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา