



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวธัญนิชา เลิศนรเศรษฐ์

นางสาวอุบลศรี อุบลสวัสดิ์

นายจักรชัย ยิ้มงาม

ประจำปีการศึกษา 2556

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความสมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพต่อการบริหารงาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปและเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการนำแนวทางในการประยุกต์เพื่อพัฒนาให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีแก่แหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการสนับสนุนเงินทุน สำหรับการวิจัย และบุคคลต่าง ๆ ที่สนับสนุนข้อมูลในการทำวิจัย และทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สามารถ สำเร็จได้ดี

ธันย์นิชา เลิศนรเศรษฐ์
อุบลศรี อุบลสวัสดิ์
จักรชัย ยิ้มงาม



ชื่อเรื่อง	การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร จังหวัด กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ฉันทน์นิชา เลิศนรเศรษฐ์ อุบลศรี อุบลสวัสดิ์ จักรชัย ยิ้มงาม
คำสำคัญ	ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ตลาดน้ำมานคร

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีทั้งหมด 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เป็นชุมชนท้องถิ่นตลาดน้ำมานคร จำนวน 150 คน และกลุ่มที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดน้ำมานคร จำนวน 385 คน ใช้วิธีการคำนวณสูตรของ Yamané

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามสำหรับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า One-Way ANOVA และค่า Correlation

ผลการวิจัย พบว่า

1. รายได้ต่อเดือนของชุมชนท้องถิ่น มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนของชุมชนท้องถิ่นแตกต่างกัน และรายได้ต่อเดือนของชุมชนท้องถิ่น ต่างกัน ในภาพรวมและด้านพื้นที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และรายได้ต่อเดือนของชุมชนท้องถิ่นในภาพรวมและด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน
3. ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

ชื่อเรื่อง	Eco-tourism Business Management: Mahanakorn Floating Market, Bangkok
ผู้วิจัย	Thunnicha Lertnorraset Ubonsri Ubonsawad Jakchai Yom-Ngam
คำสำคัญ	Business Management, Mahanakorn Floating Market

The purpose of this research is to study directions to Eco-tourism Business Management: Mahanakorn Floating Market, Bangkok

The first sample consisted of 150 Members of the local community. The second Sample were 385 tourists who visited Mahanakorn Floating Market.

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

The results indicated that:

1. The local community had different opinions on directions for Tourism Development in Bangkok: Mahanakorn Floating Market in terms of management, process, and participation was more than statistic 0.05. But sex age education and occupation non different opinion.
2. Educational levels and income per month of the local community significantly affected view directions tourism for development of Bangkok: Mahanakorn Floating Market overall and about zoning with statistical significant, the research also found that monthly income influence viewpoint on directing for tourism development of Bangkok: Mahanakorn Floating Market. Market overall in terms of participation at statistical level 0.05 within area different opinion was more than statistic 0.05. And income per month of local community has different opinion. The participation was area different was more than statistic 0.05

3. The opinions of the local community had different opinions on directions for tourism development in Bangkok: Mahanakorn Floating Market in terms of area, management, process and participation was more than statistic 0.05. And were area, management, process and participation were related positively.



สารบัญ

บทที่	หน้า
บทที่ 1 บทนำและความสำคัญของปัญหา	1
บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ของการวิจัย	3
นิยามศัพท์	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	5
ความหมายของการท่องเที่ยว	6
ความสำคัญของการท่องเที่ยว	7
ประเภทของการท่องเที่ยว	11
ความหมายของนักท่องเที่ยว	19
ประเภทของนักท่องเที่ยว	20
ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	23
ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	25
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	26
ประวัติตลาดนํ้ามทานคร	27
วิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	29
ประชากร	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
การสร้างเครื่องมือ	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	34
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	42
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	49
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการวิจัย	70
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	54



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
2	ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
3	ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	42
4	ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	49



บทที่ 1

บทนำ

บทนำและความสำคัญของปัญหา

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

ในปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดรายได้การลงทุน ในธุรกิจด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้ในภาคเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในการกระตุ้นการท่องเที่ยว จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และจากภายนอกประเทศ เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (อุไรวรรณ จอมเชื้อตรง และเสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต, 2550) แต่ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ยังส่งผลกระทบต่อทางด้านลบ ต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นและบริเวณใกล้เคียง เนื่องมาจากการพัฒนาสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์ รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วยสาเหตุหนึ่ง เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติ หรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง จึงเกิดแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดการท่องเที่ยว ในหลาย ๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันไป เช่น การท่องเที่ยวโดยไม่ทำลาย สภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง จึงเล็งเห็นความจำเป็นที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เมื่อปีพุทธศักราช 2538-2539 ขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนด ทิศทางการปฏิบัติงาน (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มักจะประสบปัญหา ขัดแย้งกับความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และการพัฒนาทางสังคม จึงได้มีการตื่นตัว ให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาความสมดุล ระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้นมา เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ที่ได้รับการยอมรับว่า สามารถนำไปสู่กระบวนการ พัฒนาที่ยั่งยืนได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของ ชุมชนไว้ ซึ่งความเป็นธรรมชาติ และที่สำคัญการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน สืบสานความคิดที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านให้คงไว้ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ด้วยการพึ่งพาตนเอง รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

สถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมในอนาคต เป็นการคาดหวังเป้าหมายสูงสุด หรือผลของการพัฒนา ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งระบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองกระแส

ความต้องการด้านอนุรักษ์ กระจายความต้องการของตลาด และกระจายการพัฒนาคน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการจัดการในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถควบคุมขนาดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยเฉพาะองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวและองค์การบริหารจัดการ ซึ่งจะมีประสิทธิผลให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถอำนวยประโยชน์ ดำรงสถานภาพบทบาทหน้าที่ และฟื้นตัวได้ตามสภาพธรรมชาติ นักท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป มีจิตสำนึก และมีความตระหนักในการอนุรักษ์ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และมีขีดความสามารถในการจัดการเกิดความภูมิใจ และยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน (สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางการประมง (2550, ออนไลน์)

ดังนั้นจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งใหม่ คือ “ตลาดน้ำมทานคร” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ ที่ได้แสดงออกถึงเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น ที่ผสมผสานกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ให้ถูกทำลาย รวมทั้งให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีทรัพยากรธรรมชาติในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ “การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” คงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ และสัมผัสกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และความแตกต่างทางวัฒนธรรม (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550.)

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำมทานคร ที่เป็นตลาดน้ำแห่งใหม่ที่ได้พัฒนาจากตลาดชาวบ้านขึ้นมาเป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปพบเห็น และเกิดความประทับใจ จนหลังไหลเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย จนกลายเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปในปัจจุบัน ดังนั้นชุมชนท้องถิ่น จึงเข้าไปดำเนินการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนตลาดน้ำมทานคร โดยการแบ่งพื้นที่ของตลาดน้ำออกเป็นโซนต่าง ๆ 5 โซน ด้วยกัน ได้แก่ โซนพระราชวังบางปะอิน โซนพระราชวังพญาไท โซนพระราชวังไกลกังวล โซนพระราชวังสนามจันทร์ และโซนพระราชวังบ้านปืน

จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวแบบ “ตลาดน้ำ” เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบันนี้ จึงทำให้ชุมชนท้องถิ่นหลายแห่ง ได้จัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำขึ้นอย่างมากมาย และได้มีการเปิดตัวตลาดน้ำแห่งใหม่ขึ้น ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร คือ “ตลาดน้ำมทานคร” โดยมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ย่านลาดกระบัง แขวงทับยาว เขตหนองจอก โดยเริ่มมาจากการขยายตัวของชุมชนเมืองในเขตลาดกระบัง เนื่องจากพื้นที่บริเวณชุมชนห้วยตะเข้ ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ เกิดความคึกคัก และตื่นตัวในการสร้างแหล่งชุมชนให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ได้แวะเวียนกันเข้ามาสร้างเงินหมุนเวียนให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ของตลาดน้ำมทานครเพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่อง โดยได้นำแนวความคิดในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น

ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่จะผสมผสานประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นได้อย่างลงตัวและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ และนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่ตลาดน้ำมอญ และนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มอญ กับความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญของนักท่องเที่ยว

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ และนักท่องเที่ยว
2. เพื่อทราบถึงนโยบายการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่ตลาดน้ำมอญ
3. เพื่อนำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไปจัดการตลาดน้ำมอญให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง กระบวนการดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้การบริหารและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรฐาน และมีประสิทธิผล

ตลาดน้ำมอญ หมายถึง ตลาดน้ำที่สร้างขึ้นในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างลงตัว

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 2.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 3.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. นวัตกรรม
 - 4.1 ความหมายของนวัตกรรม
 - 4.2 ลักษณะของนวัตกรรม
 - 4.3 ประเภทของนวัตกรรม
5. จังหวัดเชียงใหม่
 - 5.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดเชียงใหม่
 - 5.2 ลักษณะทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่
 - 5.3 อาณาเขตของจังหวัดเชียงใหม่
 - 5.4 ลักษณะภูมิศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่
 - 5.5 ภูมิอากาศของจังหวัดเชียงใหม่
6. ตลาดนำมานคร
7. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” นั้นมีความหมายตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Tourism” ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546: 4) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ

(ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2544, หน้า 12) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ หรือถิ่นที่พำนักถาวรไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางชั่วคราว โดยใช้เวลาพำนัก ณ สถานที่นั้นๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

(ธัญนิชา เลิศนรเศรษฐ์, 2555 หน้า 21)) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยประจำ ไปยังที่อยู่อาศัยชั่วคราว ตามวัตถุประสงค์ของผู้เดินทาง ซึ่งจะหมายรวมถึง การท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวต่างประเทศ

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

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

(ปรีชา แดงโรจน์, 2544, หน้า 29) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติ การท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรม

(ไพฑูรย์ พงศะบุตร และคณะ, 2547, หน้า 17) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช้เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช้เพื่อเป็นการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

(วิมล จิโรจพันธุ์ และคณะ, 2548: 49) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยียนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติ และเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว

องค์การการท่องเที่ยวโลก อ้างถึงในศรัญญา วรากุลวิทย์ (2542, หน้า 2) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว (Tourism)” หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

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

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

1. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยทางกายสัมผัสและจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะหรือผู้มาเยือน
2. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว
3. ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลและการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังเป็นหน่วยที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็นพนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

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

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

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากที่สุด คือ “นักท่องเที่ยว” เพราะนักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ปัจจุบันความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของบุคคลที่อยู่ทั่วโลกมีจำนวนมากขึ้น โดยมีเหตุผลมากมายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และแต่ละสถานที่ จะมีความแตกต่างกันออกไป

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

1. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนำเงินตราเข้ามาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศ รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเสมือนรายได้จากการส่งออก แต่แตกต่างกับการส่งออกทั่วไป เพราะเป็นเสมือนสินค้าจำบังหรือมองไม่เห็น ไม่มีตัวตน คือ ไม่มีการส่งออกออกไป แต่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้เดินทางมาใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว ณ แหล่งผลิตสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

1.2 ช่วยชดเชย หรือลดการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนามักจะประสบปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ เมื่อมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเงินตราต่างประเทศ จะช่วยชดเชยหรือลดปัญหาดังกล่าว และมีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

1.3 เพิ่มการจ้างงานและสร้างอาชีพ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทซึ่งสามารถจ้างงานและสร้างอาชีพ ทั้งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจขนส่ง ที่พักแรม อาหารนำเที่ยว ของที่ระลึก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุน เช่น การก่อสร้าง การเกษตร การเงิน การประกันภัย เป็นต้น

1.4 ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เพราะเมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการใช้จ่าย ผู้ที่จะได้รับประโยชน์คือ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว พนักงานบริการ และประชากรท้องถิ่นในเส้นทางการเดินทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งกระจายอยู่ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

1.5 มีผลทวีคูณในการผลิตและสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อกันไปอีกหลายรอบ เมื่อรวมการใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะพบว่ามีมูลค่าสูงกว่าการใช้จ่ายในครั้งแรกหลายเท่า หลักการดังกล่าวในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ผลของตัวทวี” อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะก่อให้เกิดการผลิต การว่าจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว ยังมีผลให้เกิดการผลิตและการว่าจ้างงานในทางอ้อม ส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้นด้วย

2. ความสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ก่อให้เกิดความรื่นรมย์ เพลิดเพลิน สนุกสนาน เป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือผ่อนคลายจากภารกิจทั้งปวง

2.2 ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น จากการได้พบเห็น ได้รับความรู้และประสบการณ์ หากเป็นการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา หรือเยี่ยมชมศิลปะวิทยาการแขนงต่างๆ จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

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

2.4 ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพให้ดีขึ้น อันเนื่องมาจากการจ้างงานและการกระจายรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นท่องเที่ยวมีรายได้และความเป็นอยู่ดีขึ้น

2.5 ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปหางานทำในเมืองใหญ่หรือเมืองหลวง โดยทั่วไปมนุษย์จะมีความรักถิ่นฐานของตน ห้ามสามารถประกอบอาชีพหารายได้ในถิ่นฐาน ย่อมไม่คิดที่จะอพยพเคลื่อนย้ายไปที่อื่นใด

2.6 ทำให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตหรือประดิษฐ์เป็นสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่ักท่องเที่ยว เป็นการหารายได้ทางหนึ่งและทำให้เกิดสินค้าหรือของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของทรัพยากรและศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กลายมาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และยังเป็น

แหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมกรรมวิธีหรือขั้นตอนการผลิตงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ด้วย

2.7 ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม นำไปสู่การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นและของประเทศ

3. ความสำคัญด้านการเมืองการปกครอง แบ่งออกได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเป็นสื่อให้นักท่องเที่ยวต่างสังคม ต่างชาติศาสนา มีโอกาสมาพบกันได้เรียนรู้ทำความเข้าใจซึ่งกันและกันก่อให้เกิดความเป็นมิตรไมตรี การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจะทำให้ประชากรในแต่ละภูมิภาค มีโอกาสได้รู้จักเข้าใจกันช่วยลดช่องว่างของความแตกต่างระหว่างถิ่นฐานก่อให้เกิดความรู้สึกของการเป็นประชากรของประเทศร่วมกัน นำไปสู่ความสามัคคีและสมานฉันท์ของคนในประเทศ ทำนองเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมวลมนุษยชาติแต่ละเชื้อชาติ นำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรีและสันติสุข ดังคำขวัญที่ว่า “การท่องเที่ยวเป็นสิ่งนำไปสู่สันติภาพ”

(ธัญนิชา เลิศนรเศรษฐ์, 2555, หน้า 31) ได้แบ่ง “ความสำคัญของการท่องเที่ยว” ไว้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 ช่วยนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาภายในประเทศ ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง หากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาภายในประเทศมาก จะช่วยสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศเข้ามาภายในประเทศ ซึ่งสามารถช่วยลดการขาดดุลทางการค้า และการส่งสินค้านำเข้า

1.2 ช่วยให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นก็จำเป็นต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดความหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และเกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น

1.3 ช่วยให้เกิดการผลิต การท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดการผลิตในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตทรัพยากรมนุษย์การผลิตสินค้าที่ระลึก และอื่น ๆ เพื่อบริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2. ด้านสังคม สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ช่วยให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยวจะช่วยสร้างความเจริญให้แก่พื้นที่ต่าง ๆ ให้มีความเจริญขึ้น โดยเฉพาะชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง

2.2 ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวจะสามารถนำรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นได้มากกว่าการทำงานประจำ เนื่องจากการท่องเที่ยวจะทำให้ใช้เวลาว่างที่มีอยู่ของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

2.3 ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวจะสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้จากรายได้จากการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จากการบริการและการผลิตสินค้าแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เป็นอยู่ให้ดียิ่งขึ้น

2.4 ช่วยให้เกิดการผลิตสินค้าที่ระลึก การท่องเที่ยวเกิดขึ้น มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ย่อมทำให้เกิดการผลิตสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าที่ระลึก เพราะเป็นสิ่งแทนความทรงจำจากผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และสามารถนำติดตัวกลับไปได้

3. ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

3.1 เกิดความตระหนักและวางแผนในการรักษาสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นและบุคคลที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3.2 เกิดการวางแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีอยู่อย่างจำกัดในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว จึงทำให้หน่วยงานต่าง ๆ เกิดความตระหนักช่วยกันวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลทรัพยากรธรรมชาติ

4. ด้านการเมือง สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

4.1 ช่วยสร้างสัมพันธไมตรี การท่องเที่ยวจะช่วยสัมพันธไมตรีกับบุคคลต่าง ๆ ในประเทศและระหว่างประเทศเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน และช่วยให้เกิดความสันติภาพและความปลอดภัย

4.2 ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความแตกต่างของวัฒนธรรมกับบุคคลต่าง ๆ หรือยังแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมา

(บริชา แดงโรจน์, 2544, หน้า 31) ได้แบ่ง “ความสำคัญของการท่องเที่ยว” ไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านพัฒนา แบ่งออกได้ ดังนี้

เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

2.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

2.3 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

3. ด้านสังคม แบ่งออกได้ ดังนี้

3.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

3.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ

3.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบต่าง ๆ ในประเทศไทยหลายด้าน ซึ่งในแต่ละด้านนั้น ถ้าส่งผลดีต่อประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้า และทัดเทียมอารยประเทศทั่วโลกได้อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถเชื่อมบุคคลต่าง ๆ ให้เกิดการสื่อสาร และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม แต่ถ้าส่งผลในด้านลบจะส่งผลร้ายอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

(ไพฑูริย์ พงศบุตร และคณะ, 2547: 17-18) ได้แบ่ง “ความสำคัญของการท่องเที่ยว” ไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพต่าง ๆ ให้แก่คนในท้องถิ่น รวมทั้งการนำรายได้เข้าประเทศ หรือเข้าท้องถิ่นนั้น ๆ มีหลายประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศหนึ่ง ซึ่งก็รวมทั้งประเทศไทยด้วย

2. ความสำคัญด้านสังคม การท่องเที่ยวทำให้เกิดการติดต่อระหว่างคนในประเทศ หรือในท้องถิ่นต่าง ๆ กัน มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการนันทนาการ และการพักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนการสร้างเสริมประสบการณ์ และความรู้ให้แก่ผู้ที่มีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยว

3. ความสำคัญด้านการเมือง การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ระหว่างคนต่างชาติและคนต่างถิ่น จากการที่ได้มีโอกาสพบปะ ติดต่อกัน และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างฐานะ และรายได้ในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง

ประเภทของการท่องเที่ยว

ความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ มีผลให้การดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ มากขึ้น จึงทำให้ต้องแยกประเภทของการท่องเที่ยว ซึ่งนักวิชาการทางศาสตร์การท่องเที่ยวจะแบ่งออกตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ และการเดินทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้น มีความแตกต่างกันออกไป

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

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตแดนของประเทศของตน ส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสะดวกในการแวะชมตามรายทางที่ขับขี่ยาน การท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นที่แพร่หลาย เพราะเศรษฐกิจโลกเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงมีกำลังที่จะเสียค่าใช้จ่าย และมีค่านิยมของสังคมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โดยถือว่าการท่องเที่ยว คือ รางวัลชีวิต

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

2.1 Outbound Tour หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากประเทศของตนไปท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ที่ตนสนใจ

2.2 Inbound Tour หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่ง

ฉันทนิชา เลิศนรเศรษฐ์ (2555, 31) กล่าวว่า ประเภทของการเดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการเดินทางภายในประเทศที่ตนเองพำนักอยู่ภายในประเทศนั้น ๆ

1.2 การท่องเที่ยวแบบเข้าประเทศ เป็นการเดินทางของบุคคลที่อยู่ภายในประเทศนั้น เดินทางออกไปยังต่างประเทศ เพื่อวัตถุประสงค์ใด วัตถุประสงค์หนึ่ง แต่ต้องมีใช่เป็นการประกอบธุรกิจหรือหารายได้

1.3 การท่องเที่ยวแบบออกนอกประเทศ เป็นการเดินทางของบุคคลที่ออกไปยังนอกประเทศที่ตนเองพำนักอาศัยอยู่เพียงชั่วคราว

2. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวแบบส่วนบุคคล เป็นการเดินทางแบบที่นักท่องเที่ยวบริหารจัดการ หรือเลือกโปรแกรมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โปรแกรมในการเดินทางสามารถยืดหยุ่นได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง การเลือกสถานที่พักแรม การเลือกร้านอาหารและอื่น ๆ

2.2 การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย เป็นการเดินทางแบบซื้อผ่านบริษัทธุรกิจการจ้ดนำเที่ยว ซึ่งจะเป็นโปรแกรมนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ที่มีการนำรวมค่าใช้จ่ายในด้านของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร และพาหนะในการเดินทางเรียบร้อยแล้ว ผู้เดินทางจะไม่สามารถเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งตามความปรารถนาของตนเองได้

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะของวัตถุประสงค์การเดินทาง แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 การท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเดินทางที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อน หลีกหนีความเครียดและความจำเจจากการทำงาน

3.2 การท่องเที่ยวแบบธุรกิจ เป็นการเดินทางเพื่อเซ็นสัญญา หรือเจรจาธุรกิจต่าง ๆ เพียงระยะเวลาสั้น ๆ นอกจากนั้นผู้เดินทางจะเดินทางทางเพื่อการท่องเที่ยว

3.3 การท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์ เป็นการเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ซึ่งจะมีโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวแทรกเป็นกิจกรรมพิเศษ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็น

การเดินทางสำหรับบุคคลที่สามารถทำเป้าหมายได้ตามที่องค์กรกำหนด และได้รับรางวัลโดยการท่องเที่ยว เป็นผลตอบแทน

4. การท่องเที่ยวตามลักษณะของวัตถุประสงค์การเดินทาง แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1 การท่องเที่ยวแบบวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาสั้น ๆ อาจจะใช้วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์สำหรับการเดินทาง

4.2 การท่องเที่ยวแบบระยะยาว เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ยาวนาน อาจใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 สัปดาห์เป็นต้นไป

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2547: 20-21) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยว เป็นการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบ่งตามลักษณะของการจัด แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว หรือแบบอิสระ หรือเฉพาะบุคคล เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Private Tourism หรือ Independent Tour คือ นักท่องเที่ยวจัดเรื่องการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด หรืออาจให้บริษัทนำเที่ยวจัดให้ก็ได้ แต่ต้องเป็นไปตามความต้องการของตนเองโดยเฉพาะ ไม่รวมกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ การเดินทางอาจไปตามลำพัง หรือไปกับครอบครัว หรือไปกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในบรรดาสนิทชิดชอบกันก็ได้

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

1.3 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หรือแบบเป็นกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Package Tour หรือ Group Tour ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะจัดให้ทั้งหมดทุกอย่าง ตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก อาหาร ตลอดจนการนำชมสถานที่ การท่องเที่ยวแบบนี้จะรวมค่าใช้จ่ายทุกอย่าง อาจจัดรายการท่องเที่ยวไว้เป็นหลาย ๆ โปรแกรม ให้ลูกค้าเลือกตามความสนใจ แต่ต้องเป็นไปตามกำหนดไว้ในโปรแกรม จะเปลี่ยนแปลงตามใจชอบไม่ได้ ยกเว้นกรณีที่มีรายการประเภทให้เลือก ที่เรียกว่า Option Tour ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเสียเงินเพิ่มเพื่อร่วมในรายการเหล่านั้น

2. การท่องเที่ยวแบ่งตามความประสงค์ของนักท่องเที่ยว แบ่งได้เป็นแบบต่าง ๆ ดังนี้

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

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปเข้าร่วมการประชุม สัมมนา เจรจาทูธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

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

2.4 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Convention Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า และการจัดนิทรรศการในโอกาสต่าง ๆ

2.5 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special Interest Group Tour คือ จัดขึ้นเป็นพิเศษ สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ

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

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้นๆ

2. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ การเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่ง ซึ่งเป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

2.1 Inbound Tourism คือ การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นที่มีได้เป็นถิ่นที่พำนักถาวร

2.2 Outbound Tourism คือการเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

(ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2553, หน้า 15-20) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางสามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 10 ประเภท ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) แต่ในยุคของข้อมูลข่าวสาร ทำให้คนได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ได้โดยง่าย ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามอัธยาศัยของตนเพิ่มขึ้น ผู้ที่จะมีเวลาว่าง จะวางแผนในการเดินทางล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละบุคคลสนใจ

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

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

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) การท่องเที่ยวชนิดนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1.4.1 การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส และกอล์ฟ ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ ถึงแม้จะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ

1.4.2 การไปแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย การเดินทางไปแข่งขันกีฬา ในสนามแข่งขัน กีฬาที่กำหนดไว้ หรือการไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปในสถานที่ที่ดึงดูดให้เกิดการเล่นกีฬา เช่น ชายทะเล ภูเขา การเดินป่า ยิงนกตกปลาและส่องสัตว์ เป็นต้น การท่องเที่ยวชนิดนี้ ทำให้ประเทศที่มีทัศนียภาพ หรือลักษณะภูมิประเทศหลากหลายลักษณะ จะได้ประโยชน์จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เช่น ชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางมาตีกอล์ฟในประเทศไทยในวันหยุด และนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปปีนเขาหิมาลัย เป็นต้น

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

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษาและผู้เดินทางไปฝึกอบรมศึกษาดูงานเป็นนักท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างถิ่นต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ วุฒิ และประสบการณ์แล้วยังมีการเดินทางเพื่อฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อดูงาน การเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน ซึ่งจัดการเรียนการสอนในตอนเช้าและเที่ยวชมสถานที่ในตอนบ่าย การเรียนภาษาอังกฤษในลักษณะดังกล่าวได้มีการจัดทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ซึ่งเป็นที่นิยมจากผู้ปกครองที่ฐานะเศรษฐิกิจดีส่งบุตรธิดา ไปพัฒนาความรู้ทางภาษา และประสบการณ์ในต่างประเทศ

1.7 การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) การท่องเที่ยวชนิดนี้นับได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง ถึงแม้ในระยะเวลาที่ชวายุคหมากแพง การเดินทางไม่ปลอดภัย ผู้แสวงบุญที่เดินทางด้วยความศรัทธา เช่น ในยุคมืด (Dark Age) ประชาชนนิยมเดินทางเพื่อแสวงบุญ (Pilgrim) ไปยังสถานที่ที่เป็นความเชื่อในศาสนาของตน จึงกล่าวได้ว่า ศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับในประเทศไทย ประชาชนนิยมการเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ถวายพระพุทธรูป ถวายฉัตร นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเดินทางของพุทธศาสนิกชน เพื่อนมัสการสถานที่ประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนา และปรินิพพานของพระพุทธเจ้า ในประเทศอินเดีย เนปาล และศรีลังกา ชาวมุสลิมเดินทางไปเพื่อร่วมพิธีฮัจญ์ที่นครเมกกะ ในเมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย และชาวคริสต์เดินทางไปกรุงโรม ประเทศอิตาลี เพื่อนมัสการพระสันตะปาปา เป็นต้น

1.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) การเดินทางชนิดนี้นับเป็นการเดินทางที่เก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ เมื่อมนุษย์ได้ตั้งถิ่นฐานถาวรแล้ว มีสิ่งของที่ผลิตเหลือบริโภคอุปโภค จะเดินทางเพื่อนำสินค้า นั้นไปขายในชุมชนอื่น และพัฒนามาเป็นธุรกิจอย่างมีระบบในทุกวันนี้ ร่องรอยที่ปรากฏให้เห็นถึง

ความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจในสมัยโบราณก็คือ ซากของเมืองปอมเปอี ประเทศอิตาลีที่ถูกภูเขาไฟเวซุเวียส (Vesuvius) ถล่มในปี ค.ศ. 79 เป็นต้น

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

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

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังต่อไปนี้

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

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ ที่แตกต่างไปจากประเทศของตน ในการท่องเที่ยวไปในต่างประเทศ ต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ ได้แก่ กระทรวงต่างประเทศ สถานทูต หรือกงสุลของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว สุลกากร และด่านตรวจคนเข้า – ออกเมือง ฯลฯ

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

2.4 การท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการ

นำเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ เช่น การจัดเรื่องการคมนาคม ที่พัก อาหาร และ แหล่งขายสินค้าที่ระลึก โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้อำนวยความสะดวกตลอดการเดินทาง การท่องเที่ยวชนิดนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางลักษณะส่วนตัวมาก การเดินทางชนิดนี้เป็นที่นิยมกันทั่วโลก นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายตลอดรายการเดินทาง การท่องเที่ยวชนิดนี้ เรียกว่า GIT (Group Inclusive Tour) นักท่องเที่ยวสามารถรู้ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชนิดทัวร์เหมาจ่าย (Package Tour) มีลักษณะใกล้เคียงกับ GIT แตกต่างในลักษณะที่เส้นทางกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมีหลากหลายอาชีพ และนักท่องเที่ยวในขณะนั้นไม่รู้จกกันมาก่อน

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

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

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

3.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมชม ญาติมิตร การประชุม เพื่อสุขภาพ

3.4 กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืนกับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบ Home Stay และ Long stay ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก

3.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทาง อาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

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

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

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

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

2. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreation Tourism) การเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา ว่ายน้ำ ว่ายน้ำรักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive Tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัล แก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน สันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

4. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร พระราชวังต่าง ๆ ชมการแสดงแสง สี เสียง เหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเรียงระบำพื้นบ้าน การแสดงพื้นบ้านและศิลปหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ทั้งการไปเยือนบ้านเกิด เมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมฟ้อนรำ และการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ

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

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

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนที่เป็นเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถานบันการศึกษาที่มีงานวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

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

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

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมี 2 ประเภท ดังนี้

4.1 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมการบำบัด หรือฟื้นฟูโรค เช่น การผ่าตัดเสริมความงาม

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

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

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน (Leisure Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อน หรือหาความสนุกสนานเพลิดเพลินใจ รวมทั้งการไปเยี่ยมเยียนญาติมิตรสหาย นักท่องเที่ยวอาจเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ โดยจัดรายการท่องเที่ยวเองตามอัธยาศัย หรือนักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง และได้เพื่อนร่วมทางจากการที่ต้องเดินทางเป็นหมู่คณะ

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

จึงสรุปได้ว่า การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวโดยทั่ว ๆ ไป จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคและสมัยทั่ว ๆ ไป ซึ่งลักษณะและกระแสนิยมของการท่องเที่ยวจะสร้างรูปแบบของการท่องเที่ยวออกมาอย่างต่อเนื่อง และการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวยังมีการแบ่งตามลักษณะของวัตถุประสงค์ในการเดินทางได้อีกด้วย

ความหมายของนักท่องเที่ยว

คำว่า “นักท่องเที่ยว” มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษได้หลายคำ แต่โดยทั่วไปมักใช้คำว่า “Tourist” แต่ความหมายของนักท่องเที่ยวที่ตรงกับภาษาอังกฤษจะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคลที่เดินทาง

พระราชบัญญัติธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ พุทธศักราช 2535 อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549, หน้า 90) ได้กล่าวไว้ว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นอันเป็นที่อยู่อาศัยโดยปกติของตน ไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ใดที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และหมายรวมถึง ผู้รับบริการ หรือรับความสะดวกจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยต้องเสียค่าบริการ

(ราณี อธิชัยกุล, 2545, หน้า 5-6) ได้กล่าวไว้ว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง ศูนย์กลางของระบบ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยการประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง อาจเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนานเพลิดเพลิน หรือศึกษาหาความรู้ รวมทั้งต้องเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ หรือรายได้

ประเภทของนักท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการทางศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกไว้หลายอย่างหลายประเภท ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อ้างถึงในรัตนานภรณ์ มหาศรานนท์ (2546, หน้า 13) ได้แบ่ง “ประเภทของนักท่องเที่ยว” ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

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

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

5. นักท่องเที่ยวประเภทที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันในแต่ละครั้ง

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้ง อย่างน้อย 1 คืน

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

1. นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้สูง มักเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีกำไรต่อหน่วยสูงจากการขายบริการให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้ โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนไม่มากนัก มักจู้จี้และเอาใจยากแต่จ่ายดี

2. นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลางไม่จู้จี้หรือเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวมากเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลางนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่อารมณ์ดี มุ่งความสนุกสนานเป็นสำคัญ โดยมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องหรูหรามากนัก แต่ก็ไม่แย่งเงินไป โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา จึงทำให้ผู้ประกอบการกิจการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากตามจำนวนนักท่องเที่ยว แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยไม่สูงนัก

3. นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุดส่วนมากมีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้ๆ ในราคาถูกเอาใจง่าย นักท่องเที่ยวประเภทนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง โดยได้รับการจูงใจจากการโฆษณา และบริการที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดขึ้นเพื่อชักชวนนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากมายทำให้ผู้ประกอบการกิจการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากตามไปด้วย แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยน้อย อีกทั้งยังมีการแข่งขันสูง

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

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

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทย แต่ละคร้อยอย่างน้อย 60 วัน

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ครั้งโดยมิได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นที่อยู่ประจำของเขา เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

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

1. Travellers หมายถึง นักเดินทาง ผู้เดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้

2. Visitors หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โคนแยกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

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

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

2.1.2 Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็นคนไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

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

2.2.1 International Excursionists หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ

2.2.2 Domestic Excursionists หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

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

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมและสัมมนา การติดต่อธุรกิจ หรือการประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้น จากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยไม่ได้ค้างคืน
4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง
5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปพักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน
6. นักท่องเที่ยวประเภทไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน
7. นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE คือ นักท่องเที่ยวจากการพบปะสังสรรค์ (Meeting) การท่องเที่ยวแบบเป็นรางวัล (Incentive) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Convention) และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้เป็นเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
8. นักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ ประชากรกลุ่มใหญ่ของโลก นับตั้งแต่เข้าสู่ศตวรรษที่ 21 จะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สามารถพำนักระยะยาว โดยเฉพาะผู้เกษียณอายุจากการทำงาน จะมีสวัสดิการ หรือเงินบำนาญที่รัฐบาลจ่ายให้ อันเป็นรายได้ที่มั่นคง และยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง สามารถเข้ามาพำนักระยะยาว ทำให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันต่ำกว่าอัตราค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่การพำนักที่นานวันกว่าก็สามารถทำรายได้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจท่องเที่ยว Home Stay คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวประมาณ 1 เดือนขึ้นไป โดยตลาดหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี
9. นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ นักเรียน นักศึกษา เยาวชน หรือผู้ที่สนใจด้านการศึกษาหาความรู้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีจุดหมายปลายทางที่ประเทศพัฒนา หรือประเทศที่มีศักยภาพด้านการศึกษา นักท่องเที่ยวประเภทนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Long Stay เพราะพำนักนานวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโปรแกรม หรือหลักสูตรการศึกษา
10. นักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Back Packer) คือ นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเอง ไม่ต้องการความสะดวกสบายมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวสะพายเป้จะใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า แต่จะมีวันพำนักที่ยาวนานกว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จึงสูงกว่านักท่องเที่ยว

ทั่วไป และนิยมสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หลีกเลี้ยงชุมชนเมืองที่มีการพัฒนาสูง จะเดินทางไปเรื่อย ๆ เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จากความแตกต่างของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

11. นักท่องเที่ยว (Wintering) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงอากาศหนาวไปสู่อากาศที่ที่มีอากาศอบอุ่น โดยใช้เวลาการพำนัก 4 สัปดาห์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเป็นผู้สูงอายุ นิยมเดินทางในช่วง ตุลาคม-เมษายน ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)

12. นักท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) คือ กอล์ฟ กีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำ วินเซิร์ฟ เป็นที่นิยมโดยแพร่หลาย ล้วนเป็นกิจกรรมที่ผู้เล่น หรือผู้ชมต้องเดินทางไปยังแหล่งสถานที่ต่าง ๆ ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานและงดงาม มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลสำหรับการเล่นกีฬาทางน้ำ สามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งกอล์ฟทัวร์ และทริปดำน้ำ ล้วนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

13. นักท่องเที่ยวฮันนีมูน คือ กลุ่ม Wedding หรือ Honeymooner จะนิยมแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะธรรมชาติทางทะเล

(ธัญนิษา เลิศนรเศรษฐ์, 2555, หน้า 51) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การแบ่งตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวแบบมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ โดยเฉพาะกับบริษัทนำเที่ยว ไปเยือนยังสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนมากแล้วจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นราคาประหยัด

1.2 นักท่องเที่ยวระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปหาประสบการณ์จากสถานที่ต่าง ๆ ไม่ได้เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการราคาถูก มีอำนาจในการใช้จ่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง

1.3 นักท่องเที่ยวระดับสูง เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ต้องการความปลอดภัยและบุคคลเอาใจใส่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักผ่อน และเลือกร้านอาหารในระดับ 5 ดาว ต้องการความเอาใจใส่อย่างดีที่สุด ลดระยะเวลาการเดินทาง

2. การแบ่งตามภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางภายในประเทศที่ตนเองมีถิ่นพำนักอยู่อย่างถาวร

2.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่ปรารถนาเดินทางไปยังประเทศอื่น ๆ ชั่วคราว ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เช่น นักท่องเที่ยวประเภทหลีกเลี่ยงอากาศหนาว เป็นต้น

2.3 นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางไปประจำยังต่างประเทศ แล้วเดินทางกลับมาเยือนบ้านเกิดของตนเอง แล้วเดินทางกลับไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อทำงาน

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

(ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544, หน้า 1) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 2) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

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

(ดรพรณี เอ็มพันธุ์ และคณะ, 2547, หน้า 2-1 - 2-2) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง

1. การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ธรรมชาติ และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม ที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย โดยมุ่งเน้นคุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นการเสริมแต่ง หรือพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมระบบนิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ทำลาย และทำให้สิ่งแวดล้อม หรือธรรมชาติเสื่อมโทรม

3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้วยังเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงรุก

4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

(ธัญนิชา เลิศนรเศรษฐ์, 2554 หน้า 7) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีการจัดการในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ และมีการปลูกจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความสมบูรณ์ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(นำชัย ทนุผล, 2542, หน้า 44) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542, หน้า ข) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความมั่นคง ยั่งยืน อยู่คู่กับสังคมมนุษย์ และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

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

(วรรณภา วงษ์วานิช, 2546, หน้า 141) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

(วิมล โรจพันธุ์, 2548, หน้า 81) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

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

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบัน มีความพิเศษกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น คือ การเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คู่กับแหล่งท่องเที่ยว และเป็นທີ່ได้รับความสนใจทั่ว ๆ ไป ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสามารถกล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ดังนี้

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

1. เป็นแหล่งธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีลักษณะของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเฉพาะ
2. เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ นอกจากจะเกี่ยวพันกับธรรมชาติแล้ว ยังเกี่ยวพันโยงใยกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวของมนุษย์ สัตว์ หรือพืช
3. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีระบบ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการทั้งในเรื่องของการรักษาความสะอาด การกำจัดอย่างมีระบบ และการกำจัดน้ำเสีย เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่า และมี

คุณภาพอย่างยั่งยืน ส่วน “ผู้ที่เกี่ยวข้อง” หมายถึง เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว ทุกฝ่ายจะต้องมีความรับผิดชอบร่วมกัน ในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

4. มีการจัดการด้านการให้ความรู้ กล่าวคือ เป็นการจัดการเพื่อให้ความรู้เรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดทำป้ายสื่อความหมาย และการจัดทำคู่มือศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเข้าใจในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. มีความรับผิดชอบโดยผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความรับผิดชอบตามหลักการแผนแม่บทการจัดการสิ่งแวดล้อมของโลก (Agenda 21) และรัฐธรรมนูญของไทย โดยให้โอกาสแก่ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการ ดำเนินการร่วมกัน และร่วมรับประโยชน์อย่างเสมอภาค

6. นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและความประทับใจรวมถึงความรู้และประสบการณ์ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวควรเพลิดเพลิน ประทับใจ ได้รับความรู้ และประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวไปในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ขณะท่องเที่ยว ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนได้เยี่ยมชม และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ส่วนประกอบต่าง ๆ ทางด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีการหล่อหลอมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ สัตว์ป่า ระบบนิเวศวิทยา และวัฒนธรรม

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของแหล่งนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

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

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งหมายความรวมถึง การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยในที่สุดแล้ว ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่ เริ่มตั้งแต่ประชาชนระดับรากหญ้า จนถึงการปกครองระดับท้องถิ่น และอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

ดังนั้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะของ Mass Tourism ซึ่งเน้นปริมาณ หรือจำนวนของนักท่องเที่ยว และรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นหลัก ไม่ได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศวิทยา

ประวัติของตลาดน้ำมอญ

ตลาดน้ำมอญ สุพรรณภูมิ วันที่ 4 กันยายน 2554 เปิดตลาดน้ำใกล้กรุงเทพฯ ใกล้สนามบินสุพรรณภูมิ “ตลาดน้ำมอญ” ตั้งอยู่บนคลองศรีษะจรเข้ชั้นน้อยและคลองประเวศบุรีรมย์ ที่น้ำในคลองยังใส อยู่ที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้คนต่างพะวงอยู่กับการใช้ชีวิตในเมืองท่ามกลางความทันสมัย มีห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตผุดขึ้นมากมายราวกับดอกเห็ด สถานที่ท่องเที่ยวสไตล์ย้อนยุค จึงทยอยเกิดขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้คนหลบหนีความวุ่นวาย ไปหารสชาติถึงวันเก่า ๆ และตลาดน้ำมอญก็คือหนึ่งในนั้นแม้ว่าจะเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่นั่นก็ไม่ได้ทำให้สถานที่แห่งนี้มีนักท่องเที่ยวน้อยลง เพราะที่นี่เป็นตลาดน้ำในย่านหัวตะเข้ ที่อยู่ติดกับคลองถึง 2 คลองด้วยกัน ทั้ง คลองจรเข้ชั้นน้อย และ คลองประเวศบุรีรมย์ วิถีชีวิตริมคลองของคนที่นี่ ซึ่งหาได้ยากในกรุงเทพฯ จึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดให้ผู้คนอยากแวะมาสัมผัสบรรยากาศริมน้ำมากขึ้น

ตลาดน้ำมอญ ตั้งอยู่ริมถนนลาดกระบัง มีบรรยากาศย้อนยุคบนพื้นที่ 21 ไร่กว่า ๆ ที่แบ่งโซนต่าง ๆ ออกเป็น 5 โซน และตั้งชื่อโซนตามชื่อพระราชวังสำคัญ 5 แห่ง คือ

1. พระราชวังไกลกังวล (โซนสีส้ม) เป็นโซนจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม
2. พระราชวังบางปะอิน (โซนสีเหลือง) เป็นโซนกาแฟ และธุรกิจบริการ
3. พระราชวังพญาไท (โซนสีม่วง) เป็นโซนจำหน่ายสินค้าแฟชั่น ทั้งเสื้อผ้า และเครื่องประดับ
4. พระราชวังบ้านปืน (โซนสีเขียว) เป็นโซนจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ของแต่งบ้าน และงานศิลปะ
5. พระราชวังสนามจันทร์ (โซนสีชมพู) เป็นโซนจำหน่ายของฝาก และของที่ระลึก

นอกจากนี้ ที่นี่ยังรวบรวมเอาศิลปวัฒนธรรมอันหลากหลายของไทยเอาไว้ด้วยกัน โดยมีลานแสดงศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน เวทีประกวดร้องเพลง เต็นท์ และมินิการ์ตูนมาคอยขับกล่อม รวมทั้งยังมีสินค้า OTOP มากมายให้เลือกซื้อ นับได้ว่าเป็นตลาดน้ำที่ผสมผสานเอาการท่องเที่ยว การจับจ่ายใช้สอย และการศึกษาเรียนรู้ เอาไว้ด้วยกันได้เป็นอย่างดี

ตลาดน้ำมอญแห่งนี้ยังสนับสนุนการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ด้วยการสร้างรูปหล่อจำลององค์พระมหากษัตริย์ทั้ง 8 รัชกาล พระบรมฉายาลักษณ์ขนาดเท่าพระองค์จริงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 รวมไปถึงหอพระที่ประดิษฐานพระพุทธรูปหลายองค์ เช่น หลวงปู่ทวด หอพระพิฆเนศ หอพระสิวลี เป็นต้น รวมทั้งยังมีศาลาริมน้ำ บ่อปลา และต้นไม้ขนาดใหญ่รอบบริเวณคอยให้ความร่มรื่น เรียกได้ว่า ตลาดน้ำมอญ เป็นตลาดน้ำใกล้กรุง ที่คงเอกลักษณ์ความเป็นไทยเอาไว้ได้อย่างชัดเจน ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพลิดเพลินกับความบันเทิงได้ โดยไม่ต้องพักค้างคืน นับว่าเป็นโชคดีของคนเมืองจริง ๆ

วิจัยที่เกี่ยวข้อง

(โยธิน จันทวี, 2548) ได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง : กรณีศึกษาโครงการสถานีสาธิตและถ่ายทอดการเกษตร ป่าไม้ สิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากพระราชดำริ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโครงการฯ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน มีการดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีการจัดการโดยใช้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว สภาพพื้นที่ภายในโครงการฯ มีป่าไม้ที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์มีความหลากหลายทางพันธุ์พืชและสัตว์ป่า ในโครงการฯ มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ กิจกรรมเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ชมทัศนียภาพธรรมชาติ การพักค้างแรมทั้งกางเต็นท์ บ้านพักนักท่องเที่ยว และบ้านพักแบบโฮมสเตย์ เยี่ยมชมงานหัตถกรรมลือชื่อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดการเรียนรู้และเกิดจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม และเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสม

(นิติ วงษ์วิชาสวัสดิ์, 2547) ได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนป่าเมี่ยง : กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของน้ำพุร้อนสันกำแพงในความเห็นของนักท่องเที่ยว ยังไม่มีสิ่งดึงดูดใจที่เป็นจุดเด่น ทั้งในด้านพื้นที่ กิจกรรม และกระบวนการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ยกเว้นในประเด็นลักษณะภูมิประเทศที่เหมาะสม และการเป็นแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ การก่อสร้างที่ไม่บดบังภูมิทัศน์ รวมทั้งสภาพเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางที่มีความสะดวก ส่วนในความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชนนั้น แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมมากด้านการจัดการ ส่วนในด้านพื้นที่และกิจกรรมกระบวนการ และมีความเหมาะสมปานกลางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความเห็นของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมสิ่งที่ควรพัฒนา คือ สิ่งดึงดูดใจด้านพื้นที่ ด้านการจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนในความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชน สิ่งที่ควรพัฒนามาก คือ องค์ประกอบด้านการจัดการ และด้านกิจกรรมและกระบวนการ

(อุดมศักดิ์ แนวจิตร, 2544) ได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมอุทยานฯ ด้านพื้นที่ และด้านการมีส่วนร่วมในระดับมาก แต่มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการจัดการรวมทุกด้าน และต่อกิจกรรมเพื่อการศึกษาระหว่าง ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีผลแต่อย่างใดต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมเพื่อการศึกษาระหว่าง และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 4 ด้าน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นศึกษา “การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร” ซึ่งทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

รูปแบบการดำเนินการวิจัย

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** หมายถึง การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสอบถามจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ** หมายถึง การนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลได้จากห้องสมุด หนังสือโครงสร้างการศึกษา

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ดังนี้

ชุมชนท้องถิ่น

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

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

$$n = 144$$

นักท่องเที่ยว

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

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

$$n = 384.61538$$

$$n = 385$$

1. **ชุมชนท้องถิ่น** คือ บุคคลที่มีภูมิลำเนา และชายของอยู่ในตลาดน้ำมหานคร จังหวัด กรุงเทพมหานคร
2. **นักท่องเที่ยว** คือ บุคคลที่เดินทางเข้าไปยังตลาดน้ำมหานคร จังหวัด กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เลือกโดยการใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané ของชุมชนท้องถิ่น 150 คน และนักท่องเที่ยว 450 คน ซึ่งหมายถึง ดังนี้

1. **ชุมชนท้องถิ่น** ผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané และเลือกใช้บุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน และเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือและผลักดันในการวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการในชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน
2. **นักท่องเที่ยว** ผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané ซึ่งเป็นบุคคลชาวไทย ที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังตลาดน้ำมหานคร และเลือกใช้บุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน จำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม หรือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสอบถามในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมหานคร โดยผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นชุมชนท้องถิ่นโดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำมหานคร ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

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

แบบสอบถามชุดที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ตลาดน้ำมอญนคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด อาชีพ ภูมิภาค รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

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

การสร้างเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการสร้างแบบสอบถามแบบปลายปิด ประเภทเลือกตอบ (Check List) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร

2. ศึกษาหลักเกณฑ์การสร้างเครื่องมือ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) (บุญชม, 2543: 63-71) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

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

3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบข่ายกำหนดแนวคิดของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2 แนวทางการพัฒนา

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาการวิจัย กรรมการ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาให้ถูกต้องและเหมาะสม ตลอดจนสำนวนภาษาที่ใช้

5. นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการแก้ไขและปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน
6. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลอง (Try Out) กับทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 คน
7. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตามวิธีของ Cronbach (บุญชม, 2543: 96) ซึ่งได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 30 ชุด
8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปจัดพิมพ์ เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ คือ วันที่ 30 ธันวาคม 2555-10 พฤษภาคม 2556 ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ชุด ๆ ละ 2 ตอน

แบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลแนวทางการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square

แบบสอบถามชุดที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม

ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และChi-Square

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

2. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

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

3. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Divaision) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร

4. สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบความสัมพันธ์กัน (Multiple Comparison Analysis) ของตัวแปร ด้วยวิธีของ (Pearson Correlation) โดยสมมติฐานทั้งหมดจะทำการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่นัยสำคัญ 0.05



บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	36	24.0
หญิง	114	76.0
รวม	150	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	56	37.3
สมรสแล้ว	76	50.7
หม้าย/ หย่าร้าง	18	12.0
รวม	150	100.0
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	14	9.3
16-30 ปี	52	34.7
31-45 ปี	57	38.0
45 ปีขึ้นไป	27	18.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	38.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	92	61.3
รวม	150	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	26	17.3
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	12.0
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	47	31.3
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	33	22.0
เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป	26	17.3
รวม	150	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	51	34.0
15,001 - 30,000 บาท	76	50.7
30,001 บาทขึ้นไป	23	15.3
รวม	150	100.0
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	88	58.7
10,001 - 20,000 บาท	45	30.0
20,001 บาทขึ้นไป	17	11.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่น ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียด ดังนี้

เพศ พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นเป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0

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

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

ระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7

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

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

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

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	132	34.3
หญิง	253	65.7
รวม	385	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	236	61.3
สมรสแล้ว	127	33.0
หม้าย/ หย่าร้าง	22	5.7
รวม	385	100.0
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	35	9.1
16-30 ปี	157	40.8
31-45 ปี	151	39.2
45 ปีขึ้นไป	42	10.9
รวม	385	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	21.8
ปริญญาตรี	285	74.0
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	16	4.2
รวม	385	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	44	11.4
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	15.1
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	184	47.8
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	62	16.1
เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป	37	9.6
รวม	385	100.0
ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	122	31.7
กรุงเทพมหานคร	162	42.1
ปริมณฑล	83	21.6
ต่างจังหวัด	18	4.7
รวม	385	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	152	39.5
15,001 - 30,000 บาท	141	36.6
30,001 บาทขึ้นไป	92	23.9
รวม	385	100.0
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	232	60.3
10,001 - 20,000 บาท	115	29.9
20,001 บาทขึ้นไป	38	9.9
รวม	385	100.0

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

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

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

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

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

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

ภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ ปริมณฑล จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ส่วนต่างจังหวัดมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

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

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

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยเหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลในการท่องเที่ยว		
พักผ่อนหย่อนใจ	108	72.0
ศึกษารวมชาติ / วิถีชีวิต	17	11.3
เยี่ยมญาติ / มิตร	11	7.3
ค้าขาย	13	8.7
ทางผ่าน	1	0.7
รวม	150	100.0
สื่อ		
โทรทัศน์ / วิทยู	93	62.0
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	26	17.3
อินเทอร์เน็ต	17	11.3
ญาติ / มิตร	14	9.3
รวม	150	100.0
บุคคลที่ร่วมเดินทาง		
เดินทางคนเดียว	13	8.7
เดินทางกับครอบครัว	80	53.3
เดินทางเป็นหมู่คณะ	57	38.0
รวม	150	100.0
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
รถส่วนตัว	92	61.3
รถโดยสารสาธารณะ	58	38.7
รวม	150	100.0
ระยะเวลาในการเดินทาง		
1-3 ชั่วโมง	54	36.0
4-6 ชั่วโมง	75	50.0
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป	21	14.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น ได้แก่ เหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

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

สื่อ พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนมากได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยุ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 อินเทอร์เน็ต และญาติ/ มิตร จำนวน 17 และ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 9.3

บุคคลที่ร่วมเดินทาง พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ เดินทางเป็นหมู่คณะ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเดินทางคนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนมากเดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7

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

ตารางที่ 4 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลในการท่องเที่ยว		
พักผ่อนหย่อนใจ	266	69.1
ศึกษาธรรมชาติ / วิถีชีวิต	52	13.5
เยี่ยมญาติ / มิตร	22	5.7
คำชาย	32	8.3
ทางผ่าน	13	3.4
รวม	385	100.0
สื่อ		
โทรทัศน์ / วิทยุ	240	62.3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	83	21.6
อินเทอร์เน็ต	34	8.8
ญาติ / มิตร	28	7.3
รวม	385	100.0

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลที่ร่วมเดินทาง		
เดินทางคนเดียว	67	17.4
เดินทางกับครอบครัว	107	27.8
เดินทางเป็นหมู่คณะ	211	54.8
รวม	385	100.0
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
รถส่วนตัว	203	52.7
รถโดยสารสาธารณะ	182	47.3
รวม	385	100.0
ระยะเวลาในการเดินทาง		
1-3 ชั่วโมง	194	50.4
4-6 ชั่วโมง	164	42.6
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป	27	7.0
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

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

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

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

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

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

ส่วนที่ 1 การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

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

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นเห็นด้วยต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ($\bar{X} = 3.70$) ส่วนด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.47$) เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 2 สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

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

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.67$) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ($\bar{X} = 3.65$) และด้านการจัดการ ($\bar{X} = 3.60$) ส่วนด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.57$) เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

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

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กัน

ทั้งนี้ สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ จะใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ชาย (n=36)		หญิง (n=114)		t-value	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านพื้นที่	3.62	0.98	3.74		
ด้านการจัดการ	3.46	0.92	3.47	0.76	-0.061	.952
ด้านกระบวนการ	3.39	0.90	3.49	0.81	-0.676	.500
ด้านการมีส่วนร่วม	3.82	1.06	4.01	0.98	-0.971	.333
รวม	3.54	0.92	3.62	0.80	-0.531	.596

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำมอญ ไม่แตกต่างกัน ($t = -0.531, p = .596$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แยกตามอายุ

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

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F- Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	2.957	3	0.986	1.211	.308
	ภายในกลุ่ม	118.834	146	0.814		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.754	3	0.251	0.389	.761
	ภายในกลุ่ม	94.298	146	0.646		
	รวม	95.052	149			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.994	3	0.665	0.952	.417
	ภายในกลุ่ม	101.992	146	0.699		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	1.641	3	0.547	0.535	.659
	ภายในกลุ่ม	149.271	146	1.022		
	รวม	150.912	149			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.507	3	0.502	0.722	.540
	ภายในกลุ่ม	101.559	146	0.696		
	รวม	103.065	149			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ และจากตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.722, p = .540$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=58)		ปริญญาตรี (n=92)		t-value	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านพื้นที่	3.72	0.93	3.69	0.90	0.151	.880
ด้านการจัดการ	3.48	0.80	3.45	0.80	0.271	.786
ด้านกระบวนการ	3.49	0.85	3.46	0.82	0.302	.763
ด้านการมีส่วนร่วม	4.00	1.01	3.95	1.00	0.347	.729
รวม	3.62	0.84	3.59	0.83	0.261	.794

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.261, p = .794$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา (n=26)		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=18)		พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัท (n=47)		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (n=33)		เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป (n=26)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านพื้นที่	3.73	0.83	3.88	0.83	3.73	0.81	3.56	1.06	3.70	1.00
ด้านการจัดการ	3.60	0.79	3.59	0.75	3.53	0.72	3.31	0.92	3.33	0.81
ด้านกระบวนการ	3.53	0.81	3.68	0.79	3.49	0.75	3.37	0.96	3.37	0.90
ด้านการมีส่วนร่วม	4.01	0.92	4.12	0.89	4.09	0.95	3.77	1.15	3.84	1.06

รวม	3.68	0.79	3.76	0.76	3.65	0.75	3.46	0.98	3.52	0.89
-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	1.225	4	0.306	0.368	.831
	ภายในกลุ่ม	120.566	145	0.831		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.131	4	0.533	0.831	.507
	ภายในกลุ่ม	92.921	145	0.641		
	รวม	95.052	149			

ตารางที่ 14 (ต่อ)

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.464	4	0.366	0.518	.723
	ภายในกลุ่ม	102.521	145	0.707		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.010	2	1.505	4.081	.018*
	ภายในกลุ่ม	140.880	382	0.369		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.597	4	0.399	0.570	.684
	ภายในกลุ่ม	101.468	145	0.700		
	รวม	103.065	149			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ

และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ และจากตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.570, p = .684$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 15 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

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

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F- Ratio	p
------------------------------	----------------------	-----	-----	-----	-------------	---

1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	40.909	2	20.454	37.175	.000*
	ภายในกลุ่ม	80.883	147	0.550		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	22.834	2	11.417	23.239	.000*
	ภายในกลุ่ม	72.218	147	0.491		
	รวม	95.052	149			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	28.643	2	14.321	27.942	.000*
	ภายในกลุ่ม	75.343	147	0.513		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	50.411	2	25.206	36.867	.000*
	ภายในกลุ่ม	100.501	147	0.684		
	รวม	150.912	149			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	32.269	2	16.135	33.502	.000*
	ภายในกลุ่ม	70.796	147	0.482		
	รวม	103.065	149			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมทานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจากตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำมทานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 33.502, p = .000$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมทานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมทานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

การจัดการ แหล่ง ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า	15,001 -	30,001
			15,000	30,000
			บาท	บาท
			บาท	ขึ้นไป
			(n=14)	(n=52)
			(n=57)	
ด้านพื้นที่	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.98	-
				-1.08*
				-1.18*

	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	4.06	-	-	-10
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	4.16			-
ด้านการจัดการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.92	-	-0.81*	-0.86*
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.73			-0.05
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.78			-
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.86	-	-0.93*	-0.88*
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.79			0.05
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.74			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การจัดการ แหล่ง ท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,001 - 30,001 บาท			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท (n=14)	15,001 - 30,000 บาท (n=52)	30,001 บาทขึ้นไป (n=57)	
ด้านการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.16	-	-1.25*	-1.15*
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 4.41			0.10
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 4.31			-
รวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 2.96	-	-0.97*	-0.99*
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.93			-0.02
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.95			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่น

ที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร แตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร แตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการจัดการ พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร แตกต่างจากกลุ่ม 15,001-30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านกระบวนการ พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร แตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร แตกต่างจากกลุ่ม 15,001-30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	ชาย (n=132)		หญิง (n=253)		t-value	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านพื้นที่	3.64	0.42	3.65	0.44	0.008	.994
ด้านการจัดการ	3.62	0.33	3.58	0.28	1.006	.315

ด้านกระบวนการ	3.57	0.38	3.56	0.41	0.216	.829
ด้านการมีส่วนร่วม	3.66	0.60	3.68	0.62	-0.303	.762
รวม	3.63	0.25	3.61	0.21	0.483	.629

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.483, p = .629$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี (n=35)		16-30 ปี (n=157)		31-45 ปี (n=151)		45 ปีขึ้นไป (n=42)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านพื้นที่	3.54	0.47	3.65	0.42	3.66	0.43	3.63	0.45
ด้านการจัดการ	3.48	0.33	3.62	0.29	3.61	0.28	3.59	0.36
ด้านกระบวนการ	3.66	0.43	3.57	0.41	3.55	0.40	3.51	0.37
ด้านการมีส่วนร่วม	3.72	0.50	3.64	0.65	3.67	0.62	3.75	0.50
รวม	3.57	0.24	3.62	0.23	3.62	0.21	3.61	0.26

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ

การจัดการแหล่ง	แหล่งความ	SS.	df.	MS.	F-	p
----------------	-----------	-----	-----	-----	----	---

ท่องเที่ยว	แปรปรวน	Ratio				
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.449	3	0.150	0.795	.497
	ภายในกลุ่ม	71.822	381	0.189		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.601	3	0.200	2.232	.084
	ภายในกลุ่ม	34.171	381	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.470	3	0.157	0.949	.417
	ภายในกลุ่ม	62.900	381	0.165		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.509	3	0.170	0.451	.717
	ภายในกลุ่ม	143.382	381	0.376		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.102	3	0.034	0.654	.581
	ภายในกลุ่ม	19.825	381	0.052		
	รวม	19.927	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ และจากตารางที่ 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.654, p = .581$) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=84)		ปริญญาตรี (n=285)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=16)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านพื้นที่	3.7196	.4852	3.6421	.4160	3.3750	.3603
ด้านการจัดการ	3.6537	.2981	3.5850	.3022	3.5568	.2714
ด้านกระบวนการ	3.5754	.3892	3.5614	.4123	3.5625	.4076
ด้านการมีส่วนร่วม	3.6935	.5978	3.6719	.6151	3.6563	.6700
รวม	3.6631	.2606	3.6090	.2166	3.5167	.1996

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F- Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	1.633	2	0.816	4.415	.013*
	ภายในกลุ่ม	70.639	382	0.185		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.335	2	0.168	1.860	.157
	ภายในกลุ่ม	34.436	382	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.013	2	0.006	0.038	.962
	ภายในกลุ่ม	63.358	382	0.166		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.037	2	0.018	0.049	.953

	ภายในกลุ่ม	143.854	382	0.377		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.358	2	0.179	3.492	.031*
	ภายในกลุ่ม	19.569	382	0.051		
	รวม	19.927	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา และจากตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 3.492, p = .031$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=84)	ปริญญาตรี (n=285)	สูงกว่าปริญญาตรี (n=16)
ด้านพื้นที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.72	-	.08
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.64	-	.27
	สูงกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.37	-	-
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.66	-	.06
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.60	-	.08
	สูงกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.52	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญแตกต่างจากกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ แตกต่างจากกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

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

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.232	4	0.058	0.306	.874
	ภายในกลุ่ม	72.040	380	0.190		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.406	4	0.102	1.123	.345
	ภายในกลุ่ม	34.365	380	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.309	4	0.327	2.004	.093
	ภายในกลุ่ม	62.061	380	0.163		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.788	4	0.197	0.523	.719
	ภายในกลุ่ม	143.103	380	0.377		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.254	4	0.063	1.226	.299
	ภายในกลุ่ม	19.673	380	0.052		
	รวม	19.927	384			

จากตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ และจากตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.226, p = .299$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกันได้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

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

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F- Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.542	2	0.271	1.443	.237
	ภายในกลุ่ม	71.730	382	0.188		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.371	2	0.185	2.059	.129
	ภายในกลุ่ม	34.401	382	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.281	2	0.141	.852	.427
	ภายในกลุ่ม	63.089	382	0.165		
	รวม	63.370	384			

4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.010	2	1.505	4.081	.018*
	ภายในกลุ่ม	140.880	382	0.369		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.518	2	0.259	5.099	.007*
	ภายในกลุ่ม	19.409	382	0.051		
	รวม	19.927	384			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจากตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F= 5.099, p = .007$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ

การจัดการ แหล่ง ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท (n=152)	ต่ำกว่า 15,001 - 30,000 บาท (n=141)	ต่ำกว่า 30,001 บาทขึ้นไป (n=92)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
				ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 - 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ด้านการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.66	-	-0.12	.12	
รวม	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.78	-	-	.24*	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.54	-	-	-	
	รวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.61	-	-0.04	.05
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.65	-	-	.09*	

30,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย 3.56

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ แตกต่างจากกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ แตกต่างจากกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างกับความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม

ความคิดเห็นของประชาชน ในท้องถิ่นต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว				
	ด้าน พื้นที่	ด้าน การ จัดการ	ด้าน กระบวนการ	ด้านการมี ส่วนร่วม	รวม
ด้านพื้นที่	-	r=.660* (p=.000)	r=.584* (p=.000)	r=.519* (p=.000)	r=.873* (p=.000)

ด้านการจัดการ	-	r=.612* (p=.000)	r=.542* (p=.000)	r=.885* (p=.000)
ด้านกระบวนการ	-		r=.471* (p=.000)	r=.785* (p=.000)
ด้านการมีส่วนร่วม			-	r=.721* (p=.017)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยงต่างมีความเห็นสอดคล้องกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกด้าน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

การจัดการ แหล่งท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
ด้านพื้นที่	-	-	-	-	*
ด้านการจัดการ	-	-	-	-	*
ด้านกระบวนการ	-	-	-	-	*
ด้านการมีส่วนร่วม	-	-	-	-	*
รวม	-	-	-	-	*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า รายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

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

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในภาพรวมและด้านพื้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร ในภาพรวมและด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	
ด้านพื้นที่	-	*	*	*	*
ด้านการจัดการ		-	*	*	*
ด้านกระบวนการ			-	*	*
ด้านการมีส่วนร่วม				-	*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร โดยมียัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร และนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่ตลาดน้ำมอญนคร และนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญนครแตกต่างกัน และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญนครขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่ตลาดน้ำมอญนคร กับความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำมอญนครของนักท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร โดยมีการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว และ 3) การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญนคร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชาชนในท้องถิ่นเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.0) สมรสแล้ว (ร้อยละ 50.7) มีอายุ 31-45 ปี (ร้อยละ 30.0) การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 61.3) อาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 31.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 50.7) และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 58.7) ส่วนนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.7) เป็นโสด (ร้อยละ 61.3) มีอายุ 16-30 ปี (ร้อยละ 40.8) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 74.0) อาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 47.8) มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 42.1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 36.6) และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 60.3)

2. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 72.0) ได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยุ (ร้อยละ 6.2) โดยเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 53.3) ด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ 61.3) และใช้เวลาในการเดินทาง 4-6 ชั่วโมง (ร้อยละ 50.0) ส่วนพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 69.1) ได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยุ (ร้อยละ 62.3) เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 54.8) ด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ 52.7) และใช้เวลาในการเดินทาง 1-3 ชั่วโมง (ร้อยละ 50.4)

3. ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นเห็นด้วยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ($\bar{X} = 3.70$) ส่วนด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.47$) เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมประชาชนในท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.67$) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ($\bar{X} = 3.65$) และด้านการจัดการ ($\bar{X} = 3.60$) ส่วนด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.57$) เป็นอันดับสุดท้าย

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

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า รายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในภาพรวมและด้านพื้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในภาพรวมและด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

การอภิปรายผล

ผู้ศึกษาได้อภิปรายผลการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ ดังนี้

1. จากการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งสอดคล้องกับสถิติ

การท่องเที่ยวของจังหวัดกรุงเทพมหานครที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางกันมาเป็นหมู่คณะ ร้อยละ 41.39

2. จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนของประชาชนในท้องถิ่น มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ นคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนาคม ชีรสวรรณจักร (2541) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ นคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539) ได้วิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ตลาดน้ำมอญ นคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร มองเห็นภาพรวมและสามารถเป็นการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ นคร ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมอญ นคร ในด้านการจัดการและด้านกระบวนการ เป็นอันดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าประชาชนในท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่าเป็นด้านดังกล่าวควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการจัดการต่างๆ ในชุมชน อาทิเช่น การกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ เป็นต้น และควรเพิ่มการจัดกิจกรรมและกระบวนการในชุมชน อาทิเช่น กระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับด้านการกระบวนการ น้อยกว่าด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำมอญ นคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการกระบวนการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มกิจกรรมและกระบวนการต่างๆ ในชุมชน อาทิเช่น กระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และควรมีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWAT Analysis) ของการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำมอญนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลจากการศึกษามาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้ำมอญนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้มองเห็นภาพรวมการท่องเที่ยวในชุมชน และสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำมอญนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. 2548. **หลักการมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- จารุวรรณ อ่องเอี่ยม. 2550. กรุงเทพฯ: **บทบาทผู้นำท้องถิ่นในกาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- จุฑาทิพย์ เจริญลาภ และคณะ. 2545. **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. 2546. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ และคณะ. 2550. **การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อนุรักษ์: กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ดรรรชนี เอมพันธุ์ และคณะ. 2547. **คู่มือการจำแนกเขการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เทกซ์ แอนด์ เจอร์นัล ฟิลิเคชั่น.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2544. **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉันย์นิชา เลิศนรเศรษฐ์. 2555. **เอกสารประกอบการสอนวิชาปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พจนา สวนศรี. 2546. **การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวธรรมชาติ**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549. **ธุรกิจนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย.
- เบญจจา จันทร. 2545. **แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยกรมมีส่วนร่วมของชุมชน**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ปรีชา แดงโรจน์. 2544. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศตวรรษ 21**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โพวี แอนด์ ไฟว์ พรีนติ้ง.

นำชัย ทำนุผล. 2542. **แนวคิดและวิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

รัตนภรณ์ มหาศรานนท์. 2546. **การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดโฮมสเตย์**. วิทยานิพนธ์ สถาบันราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ

ลักขณา พัฒน์ดำ. 2550. **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติไทร่มเย็น อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

วรรณ วังขวานิช. 2546. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2545. **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ตรัง สตูล และพัทลุง**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2540. **รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.



สำหรับชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
เรื่อง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

คำชี้แจง

- แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำมานคร
- แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ขอขอบคุณอย่างสูงในการอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

(นางสาวธัญนิชา เลิศนรเศรษฐ์)

(นางสาวอุบลศรี อุบลสวัสดิ์)

(นายจักรชัย ยิ้มงาม)

อาจารย์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

3. อายุ

ต่ำกว่า 15 ปี

16-30 ปี

31-45 ปี

45 ปีขึ้นไป

4. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ธุรกิจส่วนตัว

ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

เกษตรกรรม

อื่น ๆ

6. ภูมิลำเนา

กรุงเทพมหานคร

ปริมณฑล

อื่น ๆ

ตอนที่ 2
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงที่สุด

1. คุณมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่าใด
 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป
2. คุณมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเท่าใด
 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป
3. นักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยเหตุผลใด
 พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาธรรมชาติ เยี่ยมญาติ ค้าขาย ทางผ่าน
4. นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลจากสื่อใด
 โทรทัศน์/วิทยุ 16-30 ปี 31-45 ปี 45 ปีขึ้นไป
5. นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำกับใคร
 เดินทางคนเดียว เดินทางกับครอบครัว เดินทางเป็นหมู่คณะ
6. นักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะใดในการเดินทาง
 รถยนต์ส่วนบุคคล รถสาธารณะ อื่น ๆ
7. นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการเดินทางเท่าใด
 1-3 ชั่วโมง 4-6 ชั่วโมง มากกว่า 6 ชั่วโมง

ตอนที่ 3

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ตามความเป็นจริงที่สุด

- 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับมาก
- 3 หมายถึง ระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับน้อย
- 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

คำถาม	ระดับการพัฒนา				
	5	4	3	2	1
ด้านพื้นที่					
การจัดวางผังของแหล่งท่องเที่ยว					
การจัดแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง					
การนำความเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย					
การจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิวทิวทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว					
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
การจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว					
ความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติและสถาปัตยกรรม					
ด้านการจัดการ					
ระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ					
การจัดบุคลากรรองรับการให้บริการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
การจัดระบบคุณภาพบริการสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ					
การจัดระบบความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					
การจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
การจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว					
การกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว					
การควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง					
ด้านกระบวนการ					
กระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์และสัตว์ป่า					
กระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว					
กระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น					
การติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว					

คำถาม	ระดับการพัฒนา				
	5	4	3	2	1
ด้านการมีส่วนร่วม					
การมีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว					
การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว					
การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น					

