

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้
รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน



นางสาวภูษิษา ปันแก้ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS CULTURAL TOURISM
USING TRAM SERVICES PROVIDED BY NAN MUNICIPALITY

Miss Phushisaa Pankaew



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2014

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ธรรมาภิบาลที่จัดโดย
เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

โดย

นางสาวภูษิษา ปันแก้ว

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ดร.โสสมฤทัย สุนธยาธร

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิตราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.โสสมฤทัย สุนธยาธร)

.....กรรมการ
(ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์)

ภูษิษา ปันแก้ว : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน (EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS CULTURAL TOURISM USING TRAM SERVICES PROVIDED BY NAN MUNICIPALITY) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร.โสภณัทย สุนธยาธร, 138 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลมีค่า IOC เท่ากับ 0.84 และมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.86 นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นต่อการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่านโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถราง ที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รวมทั้งมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นต่อการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่านโดยรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐาน ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และความคาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถราง ที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5678412839 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: EXPECTATION / SATISFACTION / THAI TOURISM / TRAM / CULTURE TOURISM

PHUSHISAA PANKAEW: EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS CULTURAL TOURISM USING TRAM SERVICES PROVIDED BY NAN MUNICIPALITY. ADVISOR: SOMRUTHAI SOONTAYATRON, Ph.D., 138 pp.

The purpose of this research aims to study the expectation and the satisfaction of Thai tourists influencing towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality and to explore the correlation between the expectation and the satisfaction of Thai tourists towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality. The samples used in this study were 400 Thai tourists who travelled with tram services to cultural tourism provided by Nan municipality. This research adopted questionnaires as a main method for the data collection with IOC of 0.84 and coefficient alpha equal of 0.86. This study also applied statistical data analysis with the determination of patterns in the data such as frequency, standard deviation, Multiple Regression and Pearson Correlation.

This research showed that Thai tourists had highest level of expectations, high level of satisfactions and high level of opinions towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality. For hypothesis testing, the satisfaction and the expectation of Thai tourists had no influence towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality as well as the satisfaction had no correlation to the expectation of Thai tourists towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality.

The findings of this research showed that Thai tourists had highest level of expectations, high level of satisfactions, and high level of opinions towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality. The satisfaction and the expectation of Thai tourists had no influence towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality. The satisfaction had no correlation to the expectation of Thai tourists towards tram services to cultural tourism provided by Nan municipality.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2014

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยความกรุณาและการได้รับความช่วยเหลืออย่างดีจาก อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนวทางให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้คำปรึกษาจนสำเร็จ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. กุลพิชญ์ โภไคยอุดม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร. พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ได้กรุณาให้ความรู้ ให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยความเมตตาและเอาใจใส่

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์ อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม และอาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน และเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองน่านทุกท่านที่กรุณาคอยอำนวยความสะดวกและคอยช่วยเหลือผู้วิจัยในการให้ข้อมูล และสถานที่ในการแจกสอบถาม เจ้าหน้าที่สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน สำหรับข้อมูลวัดต่างๆ และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกคน รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคน ในคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่คอยให้กำลังใจตลอดมา และเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่านทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล และอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยต้องกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้กำเนิด ให้ความรักดูแลเอาใจใส่ผู้วิจัยมาตลอด รวมทั้งญาติพี่น้องที่คอยเป็นกำลังใจที่ช่วยผลักดันให้การวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาและมิได้กล่าวมาในที่นี้ จึงขอขอบพระคุณมาในที่นี้ด้วย

สารบัญ

หน้า

| | |
|--|----|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | 1 |
| สารบัญรูปภาพ..... | 4 |
| บทที่ 1..... | 1 |
| บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 3 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 3 |
| คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย..... | 4 |
| สมมติฐานงานวิจัย..... | 4 |
| ประโยชน์ที่ได้รับ..... | 4 |
| บทที่ 2..... | 5 |
| แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 5 |
| บริบทพื้นที่ในการศึกษา..... | 44 |
| กรอบแนวความคิดในการวิจัย..... | 65 |
| บทที่ 3..... | 66 |
| วิธีดำเนินการวิจัย..... | 66 |
| ข้อมูลและแหล่งข้อมูล..... | 66 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 67 |

| | |
|--|-----|
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 68 |
| ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล | 71 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 71 |
| บทที่ 4 | 74 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 74 |
| สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล | 74 |
| การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 74 |
| ผลการวิเคราะห์ | 75 |
| ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 75 |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | 79 |
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | 87 |
| ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | 95 |
| ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | 97 |
| ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน | 98 |
| บทที่ 5 | 102 |
| สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 102 |
| สรุปผลการวิจัย | 103 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 109 |
| ข้อเสนอแนะ | 117 |

| | |
|---|-----|
| รายการอ้างอิง..... | 118 |
| ภาคผนวก | 127 |
| ภาคผนวก ก..... | 128 |
| รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ | 128 |
| ภาคผนวก ข..... | 130 |
| เครื่องมือในการวิจัย..... | 130 |
| ภาคผนวก ค..... | 136 |
| เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน | 136 |
| ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ | 138 |



สารบัญตาราง

| | |
|--|----|
| ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 75 |
| ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม 79 | |
| ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์..... | 80 |
| ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา | 81 |
| ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... | 82 |
| ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด | 83 |
| ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 84 |
| ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ | 85 |
| ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ | 86 |
| ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม | 87 |

| | |
|--|----|
| ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์..... | 88 |
| ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา | 89 |
| ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... | 90 |
| ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด | 91 |
| ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ..... | 92 |
| ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ | 93 |
| ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ | 94 |
| ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | 95 |
| ตารางที่ 19 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามปลายเปิด | 97 |
| ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)..... | 98 |

| | |
|--|-----|
| ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)..... | 99 |
| ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม | 100 |



สารบัญรูปภาพ

| | |
|---|----|
| รูปภาพที่ 1: เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ 1 | 45 |
| รูปภาพที่ 2: เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ 2 (เส้นทางสำรอง) | 45 |
| รูปภาพที่ 3: รถรางท่องเที่ยว | 45 |
| รูปภาพที่ 4: รถรางท่องเที่ยว | 45 |
| รูปภาพที่ 5: มัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ | 46 |
| รูปภาพที่ 6: ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน | 46 |
| รูปภาพที่ 7: สถานที่จำหน่ายตั๋วรถราง | 46 |
| รูปภาพที่ 8: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดน่าน | 47 |
| รูปภาพที่ 9: गाซังดำ (ปูชนียวัตถุคู่บ้านคู่เมือง) | 47 |
| รูปภาพที่ 10: ศูนย์โอท็อป่าน | 49 |
| รูปภาพที่ 11: วัดมิ่งเมือง | 49 |
| รูปภาพที่ 12: วัดศรีพันต้น | 50 |
| รูปภาพที่ 13: วัดศรีพันต้น | 50 |
| รูปภาพที่ 14: วัดไผ่เหลือง | 51 |
| รูปภาพที่ 15: วัดกู่คำ | 52 |
| รูปภาพที่ 16: วัดหัวข่วง | 52 |
| รูปภาพที่ 17: คຸ້ມเจ้าราชบุตร | 53 |
| รูปภาพที่ 18: ของเก่าโบราณหาชมยากภายในคຸ້ມ | 53 |
| รูปภาพที่ 19: ประตูเมืองเก่า | 54 |
| รูปภาพที่ 20: วัดสวนตาล | 55 |
| รูปภาพที่ 21: พระเจ้าทองทิพย์ | 55 |
| รูปภาพที่ 22: ร้านขายของสองข้างทางถนนสุมนเทวราช | 56 |

| | |
|---|----|
| รูปภาพที่ 23: วัดหัวเวียงใต้..... | 57 |
| รูปภาพที่ 24: โรงแรมพูน่านฟ้า | 57 |
| รูปภาพที่ 25: โรงแรมพูน่านฟ้า | 57 |
| รูปภาพที่ 26: วัดช้างค้ำวรวิหาร..... | 58 |
| รูปภาพที่ 27: วัดช้างค้ำวรวิหาร..... | 58 |
| รูปภาพที่ 28: วัดภูมินทร์ | 59 |
| รูปภาพที่ 29: พระทรงจักรมูข | 59 |
| รูปภาพที่ 30: ภาพจิตรกรรมฝาผนัง (ปูม่าน ย่าม่าน)..... | 59 |
| รูปภาพที่ 31: แสดงภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 65 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ภายในประเทศ นอกเหนือจากรายได้ที่สามารถวัดเป็นมูลค่าจากเม็ดเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายแล้ว การท่องเที่ยวยังเปรียบเสมือนทูตหรือตัวแทนทางวัฒนธรรม จากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของการท่องเที่ยวไทยโดยรวม ซึ่งได้รับการเปิดเผยข้อมูลจากงานแถลงข่าวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาถึงสถานการณ์นักท่องเที่ยวปี 2557 และแนวโน้มปี 2558 พบว่า ตลอดทั้งปี 2557 มีชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศขยายตัวร้อยละ 3 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งที่สูงขึ้น โดยได้อ้างอิงจากการเก็บข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว ว่ามีชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 136 ล้านคนต่อครั้ง และก่อให้เกิดรายได้ 0.68 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจและการตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีผลอย่างมากที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดการบอกปากต่อปาก และส่งผลให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวออกไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนั้นแล้วยังทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้ว กลับมาใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อีกจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลัก อาทิ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ ทำให้เกิดแนวคิดการกระจายนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังภูมิภาคอื่นๆ ภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งจากการแถลงข่าวกับสื่อมวลชนถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของนางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในวันพุธที่ 11 มีนาคม ณ ห้องประชุมกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวกับแคมเปญ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด โดยได้สรุปผลข้อมูลเดือน มกราคม 2558 ว่า จังหวัดที่ได้รับการจัดให้อยู่ใน 12 เมือง ซึ่งได้แก่ ตราด นครศรีธรรมราช เพชรบูรณ์ ตรัง ชุมพร จันทบุรี เลย น่าน บุรีรัมย์ ลำปาง ราชนบุรี และสมุทรสงคราม พบว่า มีจำนวนผู้เข้าพักขยายตัวร้อยละ 6 โดยเฉพาะจังหวัดน่าน มีผู้เข้าพักขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18 นอกจากนั้นแล้วยังได้กล่าวว่า การเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินแอร์เอเชียที่ได้เปิดให้บริการเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ สู่อำเภอเมืองน่านและเลย มีผลช่วยกระตุ้นให้ภาคการเดินทางท่องเที่ยวเติบโตได้มาก (งานแถลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ด้วยแคมเปญ 12 เมืองต้องห้าม ทำให้จังหวัดน่านซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงความสมบูรณ์และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะวิถีชุมชนล้านนาที่ยังคงไว้ซึ่งความเรียบง่ายและมิตรไมตรีให้กับผู้

มาเยือนจากต่างถิ่น รวมถึงความงามสถาปัตยกรรมล้านนาและพม่าที่อยู่ด้วยกันอย่างผสมผสาน ทำให้จังหวัดน่านกลายเป็นสถานที่ที่ต้องไปเยือนสักครั้งในชีวิต

ด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดน่านเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งปรากฏในบทความนำเที่ยวของคู่มือท่องเที่ยวน่าน ผ่านทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้กล่าวไว้ว่า “น่านดินแดนในอ้อมกอดของขุนเขาด้านตะวันออกของภาคเหนือ อุดมด้วยธรรมชาติ ผืนป่า สายน้ำ ทะเลหมอก หล่อหลอมรวมกับวิถีวัฒนธรรมของผู้คนชาวไทยลื้อ ทำให้เสน่ห์ของน่านไม่ได้มีเพียงธรรมชาติอันพิสุทธิ์ แต่ยังมีศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ที่แฝงด้วยแรงศรัทธาในพุทธศาสนา และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเมืองน่าน” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) และจากการเปิดสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน อาทิ อนุสาร อ.ส.ท ฉบับเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 ได้นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ภายใต้ชื่อ “น่าน-หลวงพระบาง...สองน้องท่องเมืองแฝด” (กองบรรณาธิการอนุสาร อ.ส.ท. กองวารสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) หรือ นิตยสาร เพลส แอนด์ ไพรซ์ (Places & Prices) ฉบับเดือน สิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2556 (เพลส แอนด์ ไพรซ์, 2556) ได้นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน โดยนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวด้วยตนเอง อาทิ เว็บไซต์พันทิป (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์, 2557e) บล็อกท่องเที่ยว (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์, 2557c) หรือการแชร์รูปภาพแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสังคมออนไลน์ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยากเข้ามาท่องเที่ยว โดยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเข้ามายังเขตเทศบาลเมืองน่านเพื่อพักค้างคืน และในระหว่างช่วงเย็นก็จะเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาล ก่อนที่จะเข้าที่พักเพื่อค้างคืน ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวไม่สามารถทราบประวัติความเป็นมา และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้ เป็นเหตุให้เทศบาลเมืองน่านเร่งจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจและเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น

“รอราง” ได้กลายเป็นหนึ่งในทางเลือกของการนำเที่ยว โดยในต่างประเทศ รอราง ถือเป็นหนึ่งในขนส่งมวลชนที่มีการใช้งานกันมาก จากข้อมูลของเว็บไซต์ โอเคเนชั่นดอทเน็ต (www.oknation.net, 2558) ได้เผยแพร่ สถิติการใช้บริการของผู้โดยสารด้วยรอรางเกิน 100 ล้านเที่ยวต่อปี โดยมีเมืองต่างๆ ดังนี้ เมืองเซนต์ปีเตอร์เบิร์ก ประเทศรัสเซีย มีจำนวนผู้โดยสารผ่านเข้าออกใน 1 ปี เป็นจำนวน 476 ล้านเที่ยว, เมืองบูดาเปสต์ ประเทศฮังการี มีจำนวนผู้โดยสารผ่านเข้าออกใน 1 ปี เป็นจำนวน 364 ล้านเที่ยว, เมืองวอซอร์ ประเทศโปแลนด์ มีจำนวนผู้โดยสารผ่านเข้าออกใน 1 ปี เป็นจำนวน 270 ล้านเที่ยว และเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย มีจำนวนผู้โดยสารผ่านเข้าออกใน 1 ปี เป็นจำนวน 180 ล้านเที่ยว เป็นต้น (Cardinal, 2557) จากสถิติได้สะท้อนถึงความนิยมใน

การเดินทางดังกล่าว และรกรางยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพที่พาดผ่าน 2557 (www.oknation.net, 2558) ด้วยปัจจัยดังกล่าวทำให้รกรางนอกเหนือจากการใช้เป็นยานพาหนะในการเชื่อมต่อการเดินทางแล้ว ยังถูกนำมาใช้เป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว อาทิ ในเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ได้จัดให้มีรกรางสำหรับนักท่องเที่ยวฟรี (Free Tourist Tram) ในรกรางสายที่ 35 (Public Transport Victoria, 2557) จากการดำเนินการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการนำรกรางมาใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเปรียบเสมือนเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในการท่องเที่ยว ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของเมือง ถิ่นอาศัย และการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่นนั้นๆ

เนื่องด้วยในปัจจุบัน รกรางในประเทศไทยได้ถูกยกเลิกการใช้งานไปแล้ว ทำให้เกิดแนวคิดการนำรกรางมาใช้เป็นพาหนะเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางจากปัจจุบันย้อนสู่อดีต กว่า 4 ปี มาแล้วที่เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ได้จัดให้มีกิจกรรมรกรางชมเมือง ซึ่งมีจุดเด่นในด้านการมีเจ้าหน้าที่ประจำรกรางแนะนำสถานที่ต่างๆ พร้อมตอบคำถามที่นักท่องเที่ยวสงสัยได้ตลอดเวลา แต่ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการรกรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น แท้ที่จริงแล้วกิจกรรมดังกล่าวสามารถตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้หรือไม่ และกิจกรรมดังกล่าวสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างสูงสุดหรือยัง รวมถึงเพื่อให้เกิดแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้รกรางสามารถตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ จุดเริ่มต้นของการจัดกิจกรรมรกราง คือจุดพักรกราง บริเวณศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว อ.เมือง จังหวัดน่าน โดยรกรางจะเริ่มวิ่งเป็นวงกลมเพื่อชมวัด อาคารบ้านเรือน วิธีการดำเนินชีวิตชาวน่านและวนกลับถึงศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์หรือการคาดคะเนหรือเป้าหมายที่คาดว่าจะได้จากการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความสุข ความคุ้มค่าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้จากการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ชาวไทยที่เดินทางจากถิ่นที่พักถาวรของตนไปยังอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ที่ใช้บริการรถรางเพื่อเที่ยวชมสถานที่สำคัญต่างๆ ทางวัฒนธรรม ที่รถรางผ่าน

รถราง หมายถึง ยานพาหนะที่เป็นรถซึ่งให้บริการนักท่องเที่ยวสำหรับเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมภายในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยออกแบบคล้ายคลึงกับรถรางในอดีต คือ โบกี้มีลักษณะคล้ายของเก่า แต่ได้เปลี่ยนล้อจากล้อที่สามารถเคลื่อนที่ในรางเป็นล้อยางแบบรถยนต์แทน และเปลี่ยนเครื่องยนต์ที่ใช้ไฟฟ้า มาเป็นเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันแทน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และเรียนรู้ โดยผ่านทางชมสถานที่ทางวัฒนธรรมต่างๆ โดยการนั่งรถรางชมเมือง ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมที่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวและความสำคัญทางวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

สมมติฐานงานวิจัย

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน
3. ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางให้มีความเหมาะสมกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน" ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าผลงานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อนำไปสู่การวิจัย โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
7. บริบทพื้นที่ในการศึกษา
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ได้มีการให้คำจำกัดความในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

UNWTO (2009) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวคือ การเดินทางใดๆ ที่มีลักษณะการเดินทางเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ลักษณะ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว หรือเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่เพื่อเป็นการหารายได้หรือประกอบอาชีพ หรือเป็นการเดินทางด้วยความสนใจส่วนบุคคล

Webster (1993) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวคือ การเดินทางเพื่อความสบายใจ ซึ่งรวมถึงการบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner (1995) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการกระทำระหว่างกันของนักท่องเที่ยว ธุรกิจ

ชุมชน รวมถึงรัฐ กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้เป็นเจ้าของถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนถิ่นของผู้เป็นเจ้าของบ้าน

Manuel and Frad (1977) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง โดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

Robert, Charles, Goeldner, and Ritchie (1995) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

Tourism of world (2011) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายความเครียดจากภาระงานประจำของบุคคล โดยอาจจะเป็นกิจกรรมใดก็ได้ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อกำหนด ที่กำหนดไว้ 3 ประการ คือ ประการแรก เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่สอง การเดินทางดังกล่าวต้องไปด้วยความสมัครใจ และประการที่สาม การเดินทางนั้น ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สุรเชษฐ์ เชษฐมาต (2541) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ภูมิลำเนาไปยังสถานที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเอง โดยศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบต่างๆของสถานที่ที่เดินทางผ่าน หรือสถานที่ที่เดินทางท่องเที่ยวเข้าไป และจะต้องทำการค้างแรมในสถานที่นั้นๆ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ซึ่งการเดินทางดังกล่าวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และไม่ได้เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ และเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงระยะทางว่าจะใกล้หรือไกล รวมถึงการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ นอกเหนือจากนั้นแล้ว ยังมีการให้คำจำกัดความเพิ่มไว้อีกด้วยว่า จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ และไม่อยู่ประจำแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ในด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การหาความรู้ เยี่ยมเยือนสถานที่ที่น่าสนใจ รวมทั้งเพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้เป็นเจ้าของบ้านหรือเจ้าของถิ่นไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชนหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง

หน่วยงานของรัฐ ผู้ทำหน้าที่ในฐานะผู้กำหนดแนวนโยบายและมาตรการในการสนับสนุนอำนวยความสะดวก หรือควบคุมดูแลในด้านต่างๆ ความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการมองเฉพาะในส่วนของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้กล่าวว่า หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการดังกล่าว มีความสำคัญอย่างมากเพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ และกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว 6 As ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attractions) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการให้บริการเสริม (Ancillary Services) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบหลักสำหรับแหล่งท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งดึงดูดใจมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว นอกเหนือจากนั้นแล้วภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และค่าค่าบริการในการชมแหล่งท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวด้วย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยอาจแบ่งเป็น เส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีการสร้างเส้นทางในการท่องเที่ยว โดยสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวอีกที่หนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันได้ รวมไปถึงที่จอดรถ สถานีรถไฟ ท่าเรือหรือสนามบิน เพื่อให้ธุรกิจขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย หากมีความสะดวกในการเดินทางเที่ยวชม ก็จะช่วยเสริมอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก (Charles Kaiser & Helber, 1978)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ต้องมี สิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ เกิดความรู้สึกปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวอยากใช้เวลาในการท่องเที่ยวยาวนานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร โทรศัพท์ แผนที่ ร้านขายของ เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

4. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว โดยมีอยู่หลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมตามความถนัดและสนใจ อาทิเช่น กิจกรรมทางอากาศ ทางน้ำและบนบก กิจกรรมผจญภัยเป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักความท้าทาย ต้องการความแปลกใหม่และทดสอบกำลังของตนเอง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีผู้มีความรู้ในกิจกรรมนั้นๆ คอยแนะนำและดูแลในเบื้องต้น เช่น การปีนหน้าผา การโรยตัว การกระโดดร่ม ยิงปืนบีบีกัน การดำน้ำลึกและการล่องแก่ง เป็นต้น แต่ถ้านักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ กิจกรรมที่นิยมคือ การทำสปาซัคดีวี นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่องสัตว์ ดูนก เดินป่า ท่องเที่ยวประเพณีวัฒนธรรม ล่องแพและอื่นๆ อีกมากมาย เป็นต้น

6. การให้บริการเสริม (Ancillary Services) เป็นบริการที่นอกเหนือจากบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ร้านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยปกติการบริการนี้ภาครัฐจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Rowe, Smith, & Borien, 2002)

Pelasol (2012) ได้กล่าวว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ประกอบด้วย 1.ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 2.สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 3.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4.การให้บริการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) 5.ที่พัก (Accommodations) 6.กิจกรรม (Activities)

จากทฤษฎี 6 As สรุปได้ว่าความพร้อมด้านการท่องเที่ยวจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางเข้ามาใช้บริการหรือไม่นั้น องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีส่วนอย่างมากที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยว การสร้างความพร้อมด้านการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยหลักองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (6As) ประกอบด้วย 1.สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attractions) 2.เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3.สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4.ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) 5.กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6.การให้บริการเสริม (Ancillary Services)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้แบ่ง ประเภทการท่องเที่ยว ตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมความหลากหลายและกิจกรรมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย โดยกิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน รวมทั้งสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์หายากที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก สวนสาธารณะ สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเฝ้า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้างจังหวัด เชียงใหม่ ประเพณีลอยกระทง และประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ (Hot Spring for Health Tourism Attraction) ได้มีการสร้างกรอบแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ อย่างชัดเจน โดยกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องด้วยต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือปล่อยให้มีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆอย่างไร้ทิศทาง อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ ยังสามารถนำไปเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และเก็บเป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่ซึ่งมีชายหาด เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไป ด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ซึ่งมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ซึ่งมีถ้ำเป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและ นันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหิน

งอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการ พระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ :จากการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ สามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว รong มาคือ องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ และความสำคัญน้อยที่สุดคือองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเยือนเพื่อความเพลิดเพลินและเพิ่มการใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ และการศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

จากการแบ่งของตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ช่วยให้การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยพิจารณาจากความเหมาะสม ความพร้อม และทรัพยากรของพื้นที่นั้นๆ โดยการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ใช้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นจุดขายให้กับผู้ที่ใช้บริการรถรางได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิต ผ่านแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การเล่าเรื่องราวความเป็นอยู่ของคนในอดีตผ่านทางภาพจิตรกรรมฝาผนัง ณ วัดภูมินทร์ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ความหมายของนักท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner (1995) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวในองค์ประกอบของการท่องเที่ยว จะต้องมีการใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าของที่ระลึกและการบริการอื่นๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะถูกหมุนเวียนไปยังธุรกิจบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. นักท่องเที่ยวค้างคืน (Tourism) ได้แก่ผู้มาเยือนชั่วคราว โดยพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อใช้เวลาว่างในการพักผ่อน บันเทิง สุขภาพ ศาสนา การศึกษาและการกีฬา หรือเพื่อธุรกิจการเยี่ยมญาติการปฏิบัติภารกิจต่างๆ และการประชุมสัมมนา

2. นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน (Excursionist) หรือโดยทั่วไปเรียกว่า นักทัศนาจร ได้แก่ ผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราวโดยใช้เวลาอยู่ในประเทศที่มาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง ทั้งนี้รวมถึงผู้โดยสารที่มาขึ้นเรือเดินสมุทรด้วย (จุฑามาศ ไชยศรี, 2536)

Burkart and Medlik (1981) ได้กล่าวว่า คนที่จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวได้ จะต้องคุณลักษณะ 4 ประการดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและมีการพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ
2. จุดหมายปลายทางที่ไปจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัย หรือที่ทำงานตามปกติของเขา ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่เขากระทำ ก็จะไม่เหมือนกับกิจกรรมที่ผู้คนที่อาศัยอยู่ในแหล่งนั้นทำ
3. ผู้เดินทาง (นักท่องเที่ยว) มีความตั้งใจที่จะอยู่ในจุดหมายปลายทาง ระยะเวลาในการอาศัยตั้งแต่ไม่กี่วันไปจนถึงเป็นเดือน เพราะฉะนั้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว จึงจัดว่าเป็นการไปพำนักเพียงชั่วคราวและเป็นการเดินทางในระยะเวลาสั้น
4. จุดมุ่งหมายในการเดินทางไม่ใช่การย้ายไปอยู่อย่างถาวร หรือไปประกอบอาชีพให้เกิดรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป

Cohen (1972) ได้ระบุคุณลักษณะ 7 ประการของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยว (Tourist) กับนักเดินทาง (Traveler)

1. มีลักษณะชั่วคราว (Temporary) ซึ่งแตกต่างจากการเดินทางร่อนเร่ไปเรื่อยๆ ของคนร่อนเร่พเนจร (Tramp) และพวกชนเผ่าเร่ร่อน (Nomad)
2. มีลักษณะเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary) ซึ่งแตกต่างไปจากการเดินทางในลักษณะที่ถูกบังคับอย่างผู้ถูกเนรเทศ (Exile) หรือผู้ลี้ภัย (Refugee)
3. เป็นการเดินทางไปกลับ (Round Trip) ซึ่งต่างจากการเดินทางแบบเที่ยวเดียว (One-Way) ของผู้อพยพ (Migrant)
4. มีระยะเวลานานเมื่อเทียบกับนักทัศนาจร (Excursionist) หรือผู้ที่เดินทางแบบไม่ค้างคืน (Tripper) หรือไปเข้ากลับเย็น
5. ไม่กลับมาซ้ำที่เดิม (Non-Recurrent) ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างระหว่าง นักท่องเที่ยวกับผู้ที่มีบ้านพักต่างอากาศเป็นของตนเอง
6. ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อกิจกรรมใดเป็นพิเศษ (Non-Instrumental) ซึ่งแตกต่างจากการเดินทางเพื่อทำธุรกิจของนักธุรกิจ หรือพนักงานขาย หรือนักแสวงบุญ
7. มีจุดมุ่งหมายเพื่อพบเจอสิ่งแปลกใหม่และการเปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งแตกต่างจากการเดินทางเพื่อจุดประสงค์อื่น เช่น การศึกษา

จากความหมายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน และมีระยะเวลาที่ถูกกำหนดไว้สำหรับการเข้ามา

ท่องเที่ยว โดยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการท่องเที่ยว และต้องการเห็น
สิ่งแปลกใหม่

แรงจูงใจที่มีผลกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2538) ได้กล่าวว่า นักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการทำ
ปฏิภริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (Organise) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) พฤติกรรมของอินทรีย์ที่
ได้จากการทำปฏิภริยากับสิ่งแวดล้อม จะมีผลออกมาในรูปแบบทั้งที่สังเกตได้ด้วยบุคคลอื่นและสังเกต
ไม่ได้ แต่สามารถที่จะวินิจฉัยว่ามีหรือไม่มี โดยการใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางด้านจิตวิทยา พฤติกรรม
ดังกล่าวมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ ความรู้
ความจำ ข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้
วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจพฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา ประกอบด้วย ความสามารถใน
ระดับต่างๆ ดังนี้

1.1 ความรู้ (Knowledge) ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ ซึ่งอาจจะนึก
ได้ มองเห็น ได้ยิน ก็สามารถจำได้ ความรู้ในขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย
ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีแก้ปัญหา เป็นต้น

1.2 ความเข้าใจ (Comprehension) เมื่อบุคคลได้มีประสบการณ์กับข่าวสารหนึ่งๆ อาจจะ
โดยการฟัง ได้อ่าน หรือได้เขียน เป็นผลให้บุคคลนั้นทำความเข้าใจกับข่าวสารนั้นๆ ความเข้าใจจะ
แสดงออกมาให้เห็นในรูปของทักษะหรือความสามารถ ดังต่อไปนี้

1.2.1 การแปล (Translation) หมายถึง ความสามารถในการเขียนบรรยายเกี่ยวกับ
ข่าวสารนั้นๆโดยใช้คำพูดของตนเอง ซึ่งอาจจะออกมาในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม หรือออกมาในภาษา
อื่นแต่ความหมายยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

1.2.2 การให้ความหมาย (Interpretation) หมายถึง การให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ
หรือข่าวสารต่างๆ ซึ่งอาจออกมาในรูปความคิดเห็น หรือข้อสรุป ตามที่บุคคลนั้นๆ เข้าใจ

1.2.3 การคาดการณ (Extrapolation) หมายถึง ความสามารถในการตั้งความ
คาดหมาย หรือคาดหวังว่า อะไรจะเกิดขึ้น ซึ่งความสามารถนี้เกิดจากความเข้าใจในสภาพการณและ
แนวโน้มที่อธิบายไว้ในข่าวสารนั้นๆ

1.3 การประยุกต์หรือการนำความรู้ไปปรับใช้ (Application) หมายถึง การนำความรู้ไปปรับ
ใช้ โดยถือเป็นพฤติกรรมขั้นหนึ่งในหมวดพุทธิปัญญา ซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถหรือทักษะด้าน
ความเข้าใจ การนำความรู้ไปปรับใช้นั้น หรือเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่าการแก้ปัญหาตนเอง

1.4 การวิเคราะห์ (Analysis) ความสามารถในการวิเคราะห์ ถือเป็นขั้นหนึ่งของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญา ซึ่งอาจแบ่งเป็นความสามารถชั้นย่อยๆ ได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1.4.1 ความสามารถในการขั้นที่ 1 ผู้เรียนสามารถแยกแยะองค์ประกอบของปัญหา หรือสภาพการณ์ออกเป็นส่วนๆ เพื่อทำความเข้าใจกับสัดส่วนต่างๆ ให้ละเอียด

1.4.2 ความสามารถในการขั้นที่ 2 ผู้เรียนสามารถมองเห็นความสัมพันธ์อย่างแน่ชัดระหว่างส่วนประกอบเหล่านั้น

1.4.3 ความสามารถในการขั้นที่ 3 ผู้เรียนสามารถมองเห็นหลักการผสมผสานระหว่างส่วนประกอบที่รวมกันเป็นปัญหา หรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาหรือสภาพการณ์ ได้แก่

1.4.3.1. ความสามารถในการแยกแยะข้อเท็จจริง (Facts) ออกจากสมมติฐาน (Hypothesis)

1.4.3.2. มองเห็นความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ของความคิดต่างๆ ที่ประกอบเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์นั้นๆ

1.4.3.3. มองเห็นความคิดหรือความเข้าใจที่ประกอบขึ้นเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์นั้นๆ

ดังนั้นความสามารถในการวิเคราะห์ก็คือ ความสามารถในการแยกส่วนประกอบย่อยๆ ของส่วนรวมออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้เข้าใจส่วนรวมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

1.5 การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยๆ หลายๆ ส่วนมารวมกันเข้าเป็นส่วนรวม โดยมีโครงสร้างที่แน่ชัด ซึ่งตามปกติแล้วความสามารถนี้จะเกี่ยวข้องกับการนำเอาประสบการณ์เก่ามารวมกับประสบการณ์ใหม่แล้วนำมาสร้างเป็นแบบแผนหรือหลักการสำหรับไปปฏิบัติ โดยในขบวนการการรวมกันของส่วนต่างๆ นั้น จะเป็นไปอย่างมีระเบียบและมีแบบแผน ความสามารถในการสังเคราะห์นี้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมทางพุทธิปัญญา ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หรือความคิดริเริ่มในตัวผู้เรียน ความสามารถในการสังเคราะห์นี้จะต้องอาศัยความสามารถชั้นต่างๆ หลายชั้น โดยมีความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ และความสามารถในการวิเคราะห์

1.6 การประเมินผล (Evaluation) ความสามารถในการประเมินผลเกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้ หรือข้อเท็จจริงต่างๆ โดยจะมีเกณฑ์หรือมาตรฐานเป็นส่วนประกอบในการประเมินผล มาตรฐาน โดยผลจากการประเมินอาจจะออกมาได้ทั้งรูปแบบของคุณภาพหรือปริมาณ ซึ่งมาตรฐานที่ใช้ อาจเกิดจากการที่บุคคลตั้งขึ้นมาเอง หรือมาจากมาตรฐานที่มีอยู่แล้ว ความสามารถในการประเมินผลนอกจากจะเป็นความสามารถขั้นสุดท้ายของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญาแล้ว ยังเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญากับพฤติกรรมทางด้านความรู้สึก (Affective

Domain) ความสามารถในการประเมินผลไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในขั้นสุดท้ายเสมอไป แต่อาจจะอยู่ในขั้นของความสามารถหรือทักษะต่างๆ ดังได้กล่าวมาแล้วข้อ 1. ถึง 5. ข้างต้น

จะเห็นว่าพฤติกรรมทางพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) ตั้งแต่ข้อ 2. ถึงข้อ 6. ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถหรือทักษะที่ต้องใช้สติปัญญา ซึ่งสลับซับซ้อนมากกว่าพฤติกรรมขั้นแรกคือความรู้ (Knowledge) ดังกล่าวไว้ในข้อ 1. และพฤติกรรมขั้นแรกนี้จะเป็นส่วนประกอบในการสร้างหรือก่อให้เกิดความสามารถหรือทักษะในขั้นต่อไป (เชิดชัย โชติสุทธิ, 2543)

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้ หมายความว่า ความสนใจ ความรู้สึก ท่าทีความชอบไม่ชอบ การให้คุณค่า การปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบาย เพราะเกิดภายในจิตใจของบุคคล จะต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะความรู้สึกภายในของบุคคลนั้นยากต่อการที่จะวัดจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาภายนอก การเกิดพฤติกรรมด้านทัศนคติแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ (Receiving)

2. การตอบสนอง (Responding)

3. การให้ค่า (Valuing)

4. การจัดกลุ่ม (Organization)

5. การแสดงคุณลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by Value or Value Complex) เพื่อให้เข้าใจส่วนประกอบของขั้นตอนของการเกิดพฤติกรรมทางด้านทัศนคติ ความรู้สึก ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จะขยายความของขั้นตอนต่างๆ ให้ชัดเจนดังต่อไปนี้

1. การรับหรือการใส่ใจ (Receiving or Attending) ขั้นของการรับหรือการใส่ใจนี้ เป็นขั้นที่แสดงว่าบุคคลนั้นได้ถูก หรือมีภาวะจิตใจที่พร้อมที่จะรับสิ่งเร้านั้น หรือให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้น การรับหรือการใส่ใจนี้เป็นขั้นของสภาพจิตใจขั้นแรก ที่จะนำไปสู่สภาพจิตใจในขั้นต่อไป แต่เนื่องจากคนเรามีประสบการณ์เดิม ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้ (ชนิดเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้) จากประสบการณ์เดิมนี้อาจจะมีสภาพจิตใจขั้นของการรับหรือการใส่ใจพร้อมแล้ว โดยไม่ต้องถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นก็ได้ ในขั้นของการรับมีส่วนประกอบย่อยด้วยกัน 3 ส่วน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนประกอบที่จะเกิดต่อเนื่องกัน มีดังนี้คือ

1.1 ความตระหนักรู้ (Awareness) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับจะคล้ายพฤติกรรมขั้นแรกของพฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) คือ ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Knowledge) ซึ่งได้อธิบายมาแล้ว แต่มีความแตกต่าง คือ ความตระหนักรู้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การจำ หรือความสามารถที่จะระลึกได้ แต่ความตระหนักรู้ หมายถึงการที่บุคคลได้ถูกคิดหรือ

การเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง มีเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งการรู้สึกว่ามีหรือการได้ถูกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งนี้ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะของจิตใจ แต่ไม่ได้แสดงว่าคุณคนนั้นสามารถจำได้หรือระลึกได้ถึงลักษณะเฉพาะบางอย่างของสิ่งนั้น

1.2 ความยินดีหรือความเต็มใจที่จะรับ (Willingness to Receive) ในขณะที่คุณเรียนเกิดความพึงพอใจที่จะรับ สิ่งที่มากระตุ้นความรู้สึก เช่น การให้ความสนใจอย่างดีในขณะที่ผู้อื่นกำลังพูด เป็นต้น

1.3 การเลือกรับหรือการใส่ใจ (Controlled or Selected Attention) สภาวะจิตใจในขั้นนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเกิดขึ้นที่ 1.1 และ 1.2 ในขั้นต้น เมื่อมีสิ่งเร้ามาเร้าหรือมีสถานการณ์บางอย่างเกิดขึ้นบุคคลนั้น จะเลือกรับหรือเลือกใส่ใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบหรือสถานการณ์ที่เขาไม่ชอบ พฤติกรรมในขั้นนี้อาจแสดงให้เห็นเช่น การฟังดนตรี แต่ละบุคคลสามารถบอกถึงความแตกต่างของอารมณ์ บอกความหมาย บอกเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบการขึ้นเป็นเสียงดนตรีนั้นได้แตกต่างกัน เป็นต้น

2. การตอบสนอง (Responding) พฤติกรรมในขั้นนี้เกิดต่อเนื่องจากพฤติกรรมในขั้นที่ 1 คือการรับหรือการให้ความสนใจต่อสถานการณ์หรือต่อสิ่งเร้าต่างๆ โดยในขั้นนี้บุคคลจะถูกจูงใจให้เกิดความใส่ใจอย่างเต็มที่ ซึ่งหมายถึงบุคคลนั้นได้เกิดความรู้สึกว่าต้องผูกมัดตนเองต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่มากระตุ้น โดยความรู้สึกที่ผูกมัดนี้เป็นเพียงความรู้สึกขั้นต้นจึงไม่สามารถยืนยันได้แน่นอนว่าบุคคลนั้นมี “ทัศนคติ” หรือ “ค่านิยม” ไปในทิศทางใดต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้านั้นๆ ในขั้นนี้อาจกล่าวได้ว่าบุคคลเกิด “ความสนใจ” อย่างแท้จริง ซึ่งถ้าความสนใจเกิดขึ้นก็หมายความว่าบุคคลนั้นได้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความรู้สึกผูกมัดกับวัตถุ สิ่งของ สถานการณ์หรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้นพยายามทำปฏิกิริยาตอบสนองบางอย่างหรือได้รับความพึงพอใจ จากการมีส่วนร่วม หรือจากการทำกิจกรรมนั้น พฤติกรรมขั้นการตอบสนองนี้มีส่วนประกอบย่อยด้วยกัน 3 ส่วน คือ

2.1 การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence in Responding) ในขั้นนี้มี ความหมายอีกนัยหนึ่งว่า “เชื่อฟัง” โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมีการยินยอม แต่การทำปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลในขั้นนี้ไม่ได้แสดงว่าเขายอมรับถึงความจำเป็นหรือประโยชน์จากการทำปฏิกิริยานั้นๆ ได้แก่ การยินดีที่จะปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสุขภาพอนามัย เชื่อฟังกฎเกณฑ์การเล่นต่างๆ

2.2 ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (Willingness to Respond) ในขั้นนี้บุคคลจะเกิดความรู้สึกผูกมัดที่จะทำปฏิกิริยาบางอย่าง ซึ่งไม่ใช่เพียงเพื่อจะหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจหรือหลีกเลี่ยงการลงโทษ แต่สืบเนื่องมาจากความเต็มใจของบุคคลนั้นจริงๆ อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า บุคคลนั้นเกิดความสมัครใจที่จะกระทำ ซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกของบุคคลนั้นเอง ได้แก่

การยอมรับความรับผิดชอบในอันที่จะปรับปรุงสุขภาพของตนเอง และความรับผิดชอบต่อสุขภาพอนามัยของบุคคลอื่น

2.3 ความพอใจในการตอบสนอง (Satisfaction in Response) พฤติกรรมในขั้นนี้สืบเนื่องมาจาก การเต็มใจที่จะตอบสนอง เมื่อบุคคลทำปฏิกิริยาบางอย่างไปแล้ว บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกพอใจ ซึ่งเป็นสภาวะทวารมณ์ของบุคคล อาจจะออกมาในรูปแบบของความพอใจ ความสนุกสนาน เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างพฤติกรรมได้แก่ การเกิดความรู้สึกยินดีในการอ่านหนังสือ เกิดความรู้สึกพอใจในการได้สนทนากับบุคคลอื่น เป็นต้น

3. การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม (Valuing) คำว่า “ค่านิยม” นี้มักจะถูกใช้บ่อยๆ ในการเขียนวัตถุประสงค์ทางการศึกษา ซึ่งการที่เราให้ค่านิยมต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ภาวะการณใดภาวะการณหนึ่งนั้น ต้องมีความหมายถึง สิ่งนั้นหรือภาวะการณนั้นมีคุณค่าต่อตัวเรา การให้ค่านี้เกิดจากประสบการณ์และการประเมินค่าของบุคคลนั่นเอง ซึ่งในขณะที่เดียวกันก็เป็นผลมาจากสังคมด้วยส่วนหนึ่ง พฤติกรรมขั้นนี้สามารถให้ความหมายโดยใช้คำว่า “ความเชื่อ” หรือ “ทัศนคติ” ในขั้นนี้บุคคลกระทำปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมซึ่งแสดงว่า เขายอมรับหรือรับรู้ว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับตัวเขา หรือแสดงว่าเขามีค่านิยมอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขั้นนี้จะไม่พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของค่านิยมต่างๆ แต่จะพิจารณาถึงเฉพาะขบวนการยอมรับในตัวบุคคล เกี่ยวกับสิ่งที่เขาเกิดความตระหนักให้อยู่ในภาวะที่เขาสามารถบังคับได้ หรือเป็นสิ่งที่เป็นอย่างแท้จริง ซึ่งพฤติกรรมขั้นนี้ส่วนมากนิยมใช้คำว่า “ทัศนคติ” และ “ค่านิยม”

4. การจัดกลุ่ม (Organization) เมื่อบุคคลเกิดค่านิยมต่างๆ ขึ้นแล้วนั้นหมายความว่า ค่านิยมที่เขา มีนั้นจะมีหลายชนิด จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดระบบของค่านิยมต่างๆ ให้เข้ากลุ่ม โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมเหล่านั้น การจัดกลุ่มแบ่งได้เป็นดังนี้

4.1 การจัดกลุ่มค่านิยม พฤติกรรมในขั้นนี้จะเป็นส่วนที่เกิดเพิ่มเติมของขั้นที่ 3(การให้ค่า) บุคคลจะสามารถมองเห็นว่าสิ่งที่เขาให้ค่าใหม่นี้มีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับค่านิยมที่เขา มีอยู่เดิมหรือที่กำลังจะมีต่อไปอย่างไร การเกิดความคิดนี้อาจจะออกมาในลักษณะเป็นนามธรรมหรือออกมาในรูปสัญลักษณ์ก็ได้ เช่น การพยายามที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของสิ่งของบางอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับศิลปะที่เขา นิยมชมชอบ

4.2 การจัดระบบของค่านิยม ในขั้นนี้บุคคลจะนำค่านิยมต่างๆที่เขา มีอยู่มาจัดระบบ อาจเป็นการเรียงลำดับโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของค่านิยมเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นที่มาของการกำหนดปรัชญาของชีวิตของบุคคลนั้น หรืออาจจะออกมาในรูปแบบสังเคราะห์ค่านิยมต่างๆ และจากการสังเคราะห์นี้บุคคลนั้นก็จะได้ค่านิยมใหม่สำหรับตัวเองขึ้นมา เช่น การวางแผนเกี่ยวกับการพักผ่อนของตนเองเพื่อเป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติและให้เกิดความสมดุลกับกิจกรรมอื่นๆที่มี (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2538)

5. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value or Value Complex) พฤติกรรมนี้ถือว่าเป็นส่วนประกอบหนึ่งของกระบวนการซึมซับ ในขั้นนี้ “ค่านิยม” ต่างๆ จะอยู่ในส่วนประกอบของค่านิยมของบุคคลเพราะถือว่าบุคคลมีค่านิยมหลายชนิดและบุคคลก็จัดอันดับค่านิยมเหล่านั้นอาจเรียงลำดับจากที่ดีที่สุดถึงดีน้อยสุดที่เราเรียกว่า “ลำดับค่านิยม” ค่านิยมเหล่านี้จะเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมของบุคคลที่เชื่อกันว่า บุคคลจะแสดงปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมต่างๆ โดยมีผลจากค่านิยมที่เขามิหรือรับเอาไว้ พฤติกรรมในขั้นนี้มีส่วนประกอบสองส่วนคือ

5.1 การวางหลักทั่วไป (Generalized Set) พฤติกรรมในขั้นนี้แสดงให้เห็นถึง ความพร้อมที่จะปฏิบัติสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว แต่เป็นสิ่งที่จะเป็นแนวทางของการปฏิบัติบางอย่าง หลักทั่วไปที่จะเกิดขึ้นนี้จะปรากฏฐานของบุคคลในการที่จะแก้ไขหรือควบคุมปัญหาต่างๆ ในสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลนั้น และเป็นรากฐานให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ความพร้อมที่จะปรับปรุง แก้ไข กฎเกณฑ์ต่างๆ และเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติบางอย่างตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2538)

5.2 การแสดงลักษณะ (Characterization) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสูงสุดของกระบวนการซึมซับ ซึ่งจะแสดงให้เห็นหรือสังเกตได้โดยบุคคลอื่น การแสดงลักษณะนี้จะเป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งสืบเนื่องมาจากค่านิยมที่บุคคลนั้นยึดมั่นอยู่ พฤติกรรมในขั้นนี้อาจจะแสดงให้เห็น โดยบุคคลผ่านกระบวนการเรียนรู้ ได้แก่ การสร้างปรัชญาชีวิต สำหรับตัวเอง การคิดทบทวนต่างๆ ในการปฏิบัติตน โดยพิจารณาถึงเหตุผลทางด้านศีลธรรม จรรยา และด้านหลักประชาธิปไตย

5.3 พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) พฤติกรรมด้านนี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออก โดยสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจจะเป็นพฤติกรรมที่ล่าช้า กล่าวคือบุคคลไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่แต่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป พฤติกรรมการแสดงออกนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาที่จะต้องอาศัยพฤติกรรมระดับต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว สามารถประเมินได้ง่ายแต่กระบวนการจะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลา และการตัดสินใจหลายขั้นตอน (เชิดชัย โชติสุทธิ, 2543)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ชวลัญช อุทยาน (2547) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการ

กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ และได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและคุณค่าในใจของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

คุณค่าในใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Value) หมายถึง "การเปรียบเทียบคุณประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้อยู่ในใจ อาทิ คุณค่าด้านเศรษฐกิจ ด้านความครบครันทางใจ และทรัพยากรที่นักท่องเที่ยวมี ได้แก่ เงิน เวลา และ ความพยายาม" แต่การเปรียบเทียบ หรือ การวัดคุณค่าที่รับรู้ไว้ในใจเหล่านี้เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ยากต่อการกำหนดกฎเกณฑ์ในการวัด แต่ความสม่ำเสมอในมาตรฐานด้านบริการที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีส่วนอย่างมากในการสร้างการรับรู้ค่าในใจของลูกค้าได้ ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น ไม่ได้เริ่มต้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้เริ่มซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวแต่จะเกิดขึ้นโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

1. ก่อนการซื้อ (Before purchase) ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางก็จะเริ่มหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง
2. เมื่อได้ตัดสินใจซื้อ (Actual purchase) เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงโรงแรมที่จะพัก บริษัททัวร์ที่จะเลือกใช้บริการ บริษัทการบินที่จะอยากใช้บริการ
3. หลังการซื้อ (After purchase) สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนสูงและการซื้อขายไม่ได้สิ้นสุดทันทีเหมือนสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป แต่ยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและความไว้วางใจที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นอีกด้วย

Howard and Sheth (1969) ได้นำเสนอว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการตัดสินใจ โดยเน้นเป็นรายบุคคล ซึ่งทุกคนมีความเชื่อไปในแนวทางเดียวกันว่าเป็นพฤติกรรมที่มีเหตุผล สามารถอธิบายได้ โดยผู้นักท่องเที่ยวเองเป็นผู้แสวงหาข้อมูล ทั้งข้อมูลที่มีอยู่ภายในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและข้อมูลจากสภาวะภายนอก ดังนั้นการค้นหาข้อมูลและการประเมินข้อมูลจึงเป็นองค์ประกอบหลักในการตัดสินใจ โดยการรับข้อมูลจะเริ่มจากการรับรู้แบบกว้างๆ แล้วจึงค่อยๆ จัดระเบียบให้แคบลงไป โดยพิจารณาจากความชอบและไม่ชอบ โดยนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ว่าสินค้าหรือสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นๆ จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

Fishbein (1975) ได้นำเสนอว่า มนุษย์ทุกคนมีเหตุผลและมีการใช้ข้อมูลที่มีอย่างเป็นระบบ โดยที่มนุษย์ไม่ยอมรับในความคิดที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัว มีผลให้เกิดความอยากที่ไม่จบสิ้น ซึ่งในขณะเดียวกันมนุษย์จะทำการไตร่ตรองการกระทำต่างๆ ก่อนการตัดสินใจที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมของเขา

ชวีลนุช อุทยาน (2547) ได้ระบุถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยม โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผานอกเหนือจากความพร้อมของสภาพร่างกายและจิตใจแล้ว จะต้องชื่นชอบในกิจกรรมที่ตนทำด้วย
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวพัก ควรให้นักท่องเที่ยวหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้กำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อ

วินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะต้องเกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

สรุปได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน ทั้งปัจจัยด้านการศึกษา ประสบการณ์ การคิดวิเคราะห์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ความชอบ ความไม่ชอบ เป็นต้น นักท่องเที่ยวถูกควบคุมด้วยแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัว ทำให้เกิดความอยากที่ไม่จบสิ้น และจากความอยากนี้เองที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเที่ยว นอกเหนือจากนั้นแล้วในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยหากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆมีบริการนำเที่ยวที่น่าสนใจนักท่องเที่ยวจะมุ่งประเด็นความสนใจมายังบริการการท่องเที่ยวต่างๆ โดยทันที และในระหว่างการใช้บริการ จนจบการใช้บริการ นักท่องเที่ยวจะประเมินแหล่งท่องเที่ยวต่างๆด้วยตนเอง ว่าบริการการท่องเที่ยวต่างๆ เหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้

Pizam and Mansfeld (2000) ได้ให้ความหมายว่า มนุษย์ที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเกิดจากความต้องการศึกษา เรียนรู้ รับรู้วัฒนธรรมและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยอยู่เดิม เนื่องจากมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นในตัวเอง

พยอม ธรรมบุตร (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ปลายทางของการเดินทาง นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในวิถีชีวิต มรดก วัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรมและกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะเข้าไปเยี่ยมชม ศึกษาในแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

ราณี อีสัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัส ศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี รวมทั้งงานเทศกาลประเพณี

รลิกา อังกุล (2549) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความงามศิลปวัฒนธรรมไทย ที่มีความวิจิตรอลังการและแตกต่างจากชาติอื่นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมที่มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบวิถีชีวิตหรือความเป็นอยู่ของชุมชน ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สามารถเห็นได้จากพฤติกรรม ผลงานศิลปหัตถกรรมที่สมาชิกในชุมชนสร้างสรรค์ขึ้น โดยอาศัยความเชื่อและความรู้ ถ่ายทอดสืบต่อกันมา กอปรกับความสามารถในการทำมาหากินหรือประกอบอาชีพ รวมถึงการนำเสนอโบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนสถานที่เป็นที่เคารพนับถือในท้องถิ่นนั้นๆ โดยมีหลักการ 4 ประการดังนี้ คือ

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อนำไปเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว สามารถเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชมของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันข้อมูลดังกล่าวยังสร้างความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ

2. เป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่น และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การให้บริการ อาชีพ นำเที่ยว ขนส่ง ที่พัก และการขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเคารพในวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเอง

ICOMOS (2004) ได้กำหนดหลักการของกฎบัตรระหว่างประเทศ ว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยว คือ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ต้องสร้างโอกาสให้บุคคลในท้องถิ่น และผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์รับรู้ และเข้าใจในมรดก รวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนที่มีความหลากหลาย

2. ความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว อาจดำเนินไปอย่างรวดเร็วจนก่อให้เกิดความขัดแย้งทางคุณค่าขึ้น จึงควรเร่งให้มีการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสืบทอดแก่คนในรุ่นต่อไป

3. การอนุรักษ์และการวางแผนการท่องเที่ยว ต้องช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่คุ้มค่าเป็นที่พึงพอใจ และสร้างความสุขแก่ผู้มาเยือน

4. ชุมชนและคนในท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนการอนุรักษ์ และจัดการท่องเที่ยว

5. กิจกรรมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ต้องสร้างผลตอบแทนแก่ชุมชนท้องถิ่น

6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องปกป้อง และรักษาคุณค่า ลักษณะเฉพาะของมรดกทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสรุปได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้มาเยือนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพิ่มการรับรู้ และเข้าใจผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ โดยผ่าน จิตกรรม ศิลปะ ทัศนกรรม วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม และ ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถนำเสนอผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับ ความเหมาะสมของท้องถิ่นนั้นๆ โดยการท่องเที่ยวดังกล่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คนในท้องถิ่น วิถีการดำเนินชีวิตเดิม หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด การท่องเที่ยวด้วยธรรมชาติเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงวิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถาปัตยกรรม รวมถึงประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

องค์ประกอบที่ดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ECTARC (1989) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย

1. พิพิธภัณฑ์สถาน และแหล่งโบราณคดีต่างๆ
2. สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้าง ผังเมือง และซากปรักหักพังของสิ่งก่อสร้างในอดีต
3. ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ
4. ดนตรี อาทิ ดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้าน หรือดนตรีร่วมสมัย
5. การแสดง ละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
6. ภาษาและวรรณกรรม
7. ประเพณี ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
8. วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

พลอยศรี โปราณานนท์ (2539) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางวัฒนธรรม ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ประกอบด้วย เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานทัศนกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรม การศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

จากองค์ประกอบที่ดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะพบว่าในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแต่ละสถานที่นั้นมีความแตกต่างกัน โดยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอาจมีองค์ประกอบที่ดึงดูดใจเพียง 1 หรือ 2 องค์ประกอบ และในบางแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจพบอยู่หลายองค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยวเดียว ดังนั้นนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบ

ธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทางวัฒนธรรม ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 9 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ดังนี้คือ

1. ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่ให้เกิดผลกระทบขึ้นเลย
3. คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยใช้ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมอันหลากหลายเป็นสิ่งดึงดูด
4. ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง อาทิ นักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น โดยให้ทุกฝ่ายที่มีความเกี่ยวข้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยการให้ความรู้และได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยว
5. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น
6. มีตลาดของการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์ โดยจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นไปที่การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
7. นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ และมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด
8. คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยต้องไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในทุกๆด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ
9. คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ และจะต้องมีการป้องกันรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด

การจัดการทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นิยพรรณ วรรณศิริ (2540) ได้ให้ความหมายลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไว้ 4 ประการ คือ

1. วัฒนธรรม เป็นผลผลิตของระบบความคิดมนุษย์ เป็นระบบทางชีวภาพ เพราะเกิดจากระบบสมอง ประสาท และจิตใจของมนุษย์
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เปลี่ยนแปลงได้ เพราะความคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไปด้วย

3. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้มาด้วยการเรียนรู้ โดยได้รับถ่ายทอดต่อๆ กันมา โดยวิธีการอบรม สั่งสอน สั่งเกต ทำผิดทำถูก และมีการเรียนรู้จนกลายเป็นวัฒนธรรมทางสังคมของตนเองตั้งแต่เกิดจนโต

4. วัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนรวม โดยมนุษย์มีการเรียนรู้โดยดำเนินชีวิตและปฏิบัติให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่นในสังคม จนกลายเป็นสมบัติส่วนรวมและเป็นมรดกของรุ่นหลังต่อไป

ชนัญ วงษ์วิภาค (2547) ได้ให้ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม ว่าหมายถึง ลักษณะของระบบวัฒนธรรมที่มีค่าหรือเป็นตัวแทนที่สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมต่างๆ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หรือวัฒนธรรมทางวัตถุ (Tangible Cultural Resources) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ เครื่องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน เป็นต้น

2. ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หรือวัฒนธรรมทางนามธรรม (Intangible) เช่น ภาษา ศิลปะการแสดง พิธีกรรมต่างๆ เป็นต้น

สายันต์ ไพเราะญจิตร (2550) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมวัฒนธรรมไว้ว่า ส่วนประกอบของระบบวัฒนธรรมทั้งหมด ทั้งที่เป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ และนามธรรม คือทั้งที่จับต้อง มองเห็นได้ เป็นความหมาย ความรู้ ภูมิปัญญา ความเชื่อ กฎระเบียบสังคม ศิลปะการแสดง จิตภาพ ความนึกคิด เป็นสิ่งที่สามารถจัดการให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ในแต่ละชุมชน สังคม และยุคสมัยได้

วิรุณ ตั้งเจริญ (2552) ได้ให้ความหมายการจัดการวัฒนธรรมว่า เป็นกระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศวิทยา คุณธรรม จริยธรรม ซึ่งอาศัยคนในชุมชน ศาสนา ประวัติศาสตร์ การดำรงชีวิต และความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ช่วยสร้างและก่อให้เกิดความยั่งยืนทางวัฒนธรรม

ธนิก เลิศชาญฤทธิ์ (2554) ได้กล่าวถึง การวางแผนเป้าหมายของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนและการป้องกันทรัพยากรทางวัฒนธรรม

2. ปกป้อง และทำให้เกิดประโยชน์ตามความเหมาะสม ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และรักษาไว้ให้คงอยู่ตลอดไป

3. เพื่อให้เด็ก นักเรียน นักศึกษา บุคคลทั่วไป และผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้อย่างเท่าเทียม

4. ใช้เพื่อการศึกษาถึงอดีต และผู้ที่เข้าชมตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยตนเองได้

โกวิท พวงงาม (2553) ได้กล่าวถึงการจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่นว่า กระบวนการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมและการจัดการตนเองของชุมชนแสดงให้เห็นว่า บุคคลที่อาศัยในชุมชนและ

ท้องถิ่นนั้นๆ มีส่วนสำคัญในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ โดยมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. กระตุ้นให้บุคคลในชุมชนร่วมกันเรียนรู้สภาพของชุมชน ทั้งการดำเนินชีวิต ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงาน ร่วมกันหาปัญหา สาเหตุของการเกิดปัญหา ตลอดจนจัดลำดับของความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น
2. มีส่วนร่วมในการวางแผนงาน ดำเนินการโดยการรวมกลุ่มอภิปราย แสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทาง การดำเนินงาน และทรัพยากรที่จำเป็นจะต้องใช้
3. ดำเนินการพัฒนา สนับสนุนด้านวัสดุ อุปกรณ์ แรงงาน เงินทุน การเข้าร่วมบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การประสานงาน และการดำเนินงานของความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกและรัฐบาล
4. นำเอากิจกรรมที่วางแผน มาศึกษา ดำเนินการ พัฒนาให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ โดยอยู่บนพื้นฐานความเท่าเทียมกันของบุคคลและสังคม
5. มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น สามารถสรุปได้ดังนี้ เนื่องด้วยทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ดังนั้นในการศึกษาเพื่อทำการจัดการนั้น จะต้องทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบไหน เมื่อทราบแล้วจึงวางเป้าหมายในการศึกษา โดยต้องเปิดให้บุคคลในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการมีส่วนร่วมในการจัดการ ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมของบุคคลในชุมชน ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงอยู่และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บุคคลที่สนใจเข้าไปเรียนรู้ร่วมกับชุมชน และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์ ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต

รณรงก์นำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สารานุกรมเสรี (2558); อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์ (2548) ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่า การคมนาคมขนส่ง เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาและเกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ (2541) ได้กล่าวว่า สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสรรพสิ่งรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ การให้บริการทางการท่องเที่ยว
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ให้แก่ประชาชนของตน

สารานุกรมเสรี (2558) ได้กล่าวว่า รถราง (อังกฤษ: tram) เป็นพาหนะที่วิ่งบนรางชนิดหนึ่ง มีลักษณะคล้ายรถไฟแต่จะสั้นกว่าและมีน้ำหนักเบากว่า รถรางส่วนมากใช้ไฟฟ้าจากสายไฟด้านบน (pantograph) แต่ก็ยังมีบางส่วนใช้ดีเซลอยู่ ในปัจจุบันนิยมนับรถรางเป็นประเภทหนึ่งของรถไฟฟ้ารางเบาด้วย (light rail) ในอดีตประเทศไทยก็เคยมีการใช้รถรางครั้งแรกเมื่อ 22 กันยายน พ.ศ. 2431 เมื่อเริ่มแรกใช้กำลังม้าลากรถไปตามราง ภายหลังเปลี่ยนมาใช้กำลังไฟฟ้าเมื่อ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2437 และจนถึงปี พ.ศ. 2511 (เพิ่มศักดิ์ วรรณยางกุล, 2503) ได้ยกเลิกการเดินทางทุกเส้นทางอย่างถาวร โดยคำว่า "รถราง" ในภาษาไทยปัจจุบัน ถูกใช้ในความหมายของ รถชมเมืองที่วิ่งโดยไม่ใช้รางแต่วิ่งด้วยล้อ

ในต่างประเทศ รถรางยังคงถูกนำมาใช้เป็นพาหนะสำหรับเดินทางในชีวิตประจำวัน และในบางประเทศ รถรางได้ถูกปรับเปลี่ยนการใช้งานจากเดิมเพื่อเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ไปสู่การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและชมเมือง อาทิ ประเทศฮ่องกง ที่ยังคงมีรถราง 2 ชั้น วิ่งไปมาบนรางซึ่งอยู่บนถนน ซึ่งรถรางดังกล่าวนอกจากจะใช้เดินทางไปยังจุดหมายตามปกติแล้ว ยังกลายเป็นพาหนะสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวและชมรอบเมืองฮ่องกง โดยมีค่าบริการ 2.30 เหรียญฮ่องกง (ประมาณ 10 บาทไทย) (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์, 2558) หรือในประเทศญี่ปุ่น เมือง ฮาโกดาเตะ รถรางถือเป็นเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวหลัก โดยจะมีรถรางออกทุกๆ 6-12 นาที ในช่วงกลางวัน และจะพาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ แทบทุกจุด โดยเริ่มจากสถานีฮาโกดาเตะ ไปยังโมโตะมาจิ บริเวณอ่าวโกเรียวกาคู และยุโนะคาเวะ โดยมีราคาค่าโดยสารอยู่ที่ประมาณ 200-250 เยน (55-69 บาท) โดยจ่ายขณะที่ลงจากรถ นอกจากนั้นแล้วยังมีตัวรถรางแบบตัวเหมาหนึ่งวันและแผนที่เส้นทางรถเดินทาง ราคา 600 เยน (165 บาท) สำหรับผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์, 2557a)

ปัจจุบัน ในประเทศไทย รถรางเพื่อการเดินทางคมนาคมได้ถูกยกเลิกและไม่มีการใช้งานอีกแล้ว รวมถึงรางที่ใช้วิ่งก็ถูกยกเลิกไปจนหมด ต่อมาในปัจจุบัน รถรางได้ถูกนำมาใช้เพื่อนำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการได้เดินทางร่วมย้อนอดีต โดยเดินทางจากปัจจุบันไปสู่อดีต ผ่านสิ่งก่อสร้างและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่างๆ โดยในหลายจังหวัดได้นำรถรางมาใช้เพื่อการท่องเที่ยว

ดังกล่าว อาทิ รถรางแอ่วเชียงราย รถรางชมเมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา รถรางชมเมืองพิษณุโลก และรถรางแอ่วเมืองน่าน เป็นต้น โดยมีค่าบริการตั้งแต่ 30 – 50 บาท (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์, 2557c) โดยความพิเศษของรถรางเพื่อการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ จะมีผู้บรรยายให้ความรู้ประจำการอยู่บนรถรางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ โดยรถรางที่นำมาให้บริการนี้ จะต้องมีความปลอดภัย สะอาด ได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดจนเกินไป นอกจากรถรางแล้ว แหล่งท่องเที่ยวที่รถรางผ่านเพื่อนำเที่ยวนั้น จะต้องมีความเหมาะสม น่าสนใจ และมีความหลากหลายเพื่อดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

สุดาพร กุณฑลบุตร (2552) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบการดำเนินงานทางการตลาด

ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวิณิช (2551) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือ หรือปัจจัยทางการตลาด ที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้ควบคุมทิศทางในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าที่ผลิตขึ้นมา

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing of tourism) ว่า การตลาดการท่องเที่ยวเป็นแนวความคิดที่มุ่งเน้นนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการศึกษาตลาด การคาดคะเน การเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการของตลาด เพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดตามที่นักท่องเที่ยวกำหนดเป้าหมายไว้ หรือการศึกษาองค์ประกอบด้านการผลิตและการบริโภคสินค้า และการบริโภคบริการ) ทางการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism demand) และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism supply)

ซึ่งจากความหมายข้างต้นแสดงถึงหลักพื้นฐานของการตลาดการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความพึงพอใจจากการตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค (Satisfaction of customer's needs and wants) เป็นช่องว่างระหว่างผู้บริโภคได้รับและสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง

2. ลักษณะความต่อเนื่องของการตลาด (Continuous nature of marketing) เป็นกิจกรรมของการบริหารที่ต่อเนื่องไม่หยุดนิ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

3. ลำดับขั้นของการตลาด (Sequential steps in marketing) ประกอบด้วย การวางแผน การวิจัย การปฏิบัติการ การควบคุม และการประเมินผล

4. บทบาทที่สำคัญของการวิจัยตลาด เป็นการนำผลการวิจัยการตลาดทั้งเชิงปริมาณและ/หรือเชิงคุณภาพ ในการจัดการและระบุความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

5. ความพยายามของทั้งองค์กรและแผนกต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยวต้องใช้ความพยายามจากทุกแผนกหรือทุกฝ่ายขององค์กร

สรุปได้ว่าส่วนประสมการตลาด เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งในตลาดการท่องเที่ยวจะต้องทำการศึกษถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจาก การคาดคะเน ความต้องการ โดยมีการทำวิจัย เก็บข้อมูล วางแผน ทดลอง โดยมีการควบคุม และประเมินผล เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการที่แท้จริงของตลาดการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว

ส่วนประกอบของตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดท่องเที่ยวมีส่วนประกอบเหมือนสินค้าทั่วไป ประกอบด้วย ผู้ผลิต และผู้ซื้อ แต่รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบอาจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, 2554) ดังนี้

1. ผู้ผลิต (Product) ผู้ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายกลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มผู้ผลิตภาคเอกชน มีบทบาทในการจัดการ นำเสนอสินค้าและบริการที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ผลิต และสร้างความพึงพอใจให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อบริการของตนโดยเฉพาะในทันที ประกอบด้วย

- (1) ด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เป็นต้น
- (2) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านกาแฟ เป็นต้น
- (3) ด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวต่างๆ เป็นต้น
- (4) ด้านการขนส่ง เช่น สายการบิน รถไฟ รถทัวร์ เป็นต้น
- (5) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เป็นต้น
- (6) สินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึก สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

1.2 ผู้ผลิตภาครัฐบาล เป็นผู้ผลิตในระดับประเทศ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น ผู้ผลิตภาครัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยทำหน้าที่เป็นผู้วางแผนทางด้านนโยบาย การออกกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่มี

ผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าและบริการที่รัฐบาลต้องการส่งเสริม ในการท่องเที่ยวผ่านสื่อและช่องทางการจัดจำหน่ายทุกช่องทาง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีหน้าที่ในการพัฒนา ส่งเสริม เผยแพร่ และดำเนินกิจการให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2. สินค้า (Product) กระบวนการผลิตสินค้าต่างๆ ไปจะเสร็จสิ้นในขั้นตอนเดียวไม่ยุ่งยาก ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าได้ทันที สำหรับสินค้าท่องเที่ยวจะต้องอาศัยผู้ผลิตหลายภาคส่วนประกอบกัน ทั้งภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้บริโภคจึงจะสามารถได้รับสินค้าและบริการที่ครบถ้วนตรงตามที่ต้องการได้ ซึ่งสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เทศกาลงานประเพณี เป็นต้น

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อได้เข้าถึงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เช่น

(1) โครงสร้างพื้นฐาน คือ ปัจจัยพื้นฐานทุกด้าน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม ท่าอากาศยาน ชุมชนเมือง เป็นต้น

(2) โครงสร้างพิเศษ คือ ปัจจัยที่เพิ่มความความสะดวกสบายและมีทางเลือกที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ได้แก่ ที่พักแรม ภัตตาคารร้านอาหาร สถานบันเทิง ศูนย์การค้า เป็นต้น

(3) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญ และเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคน ตั้งแต่ออกเดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งการเดินทางสิ้นสุด

2.3 วิถีชีวิต ลักษณะรูปแบบชีวิตความเป็นอยู่ ความเป็นมิตรไมตรี และความโอ้ออมอารีของคนในประเทศที่เดินทางไปเที่ยว สิ่งเหล่านี้สร้างความรู้สึกอบอุ่น และรู้สึกเข้ากันได้กับสังคมอื่นที่ตนไม่คุ้นเคย นั่นคือ ความต้องการของมนุษย์ทุกคนที่ต้องการเข้าสังคม ต้องการการยอมรับ

3. ผู้ซื้อ (Buyer) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผู้ซื้ออยู่ 2 ประเภท คือ

3.1 ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ซื้อรายบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ ไปที่ตัดสินใจซื้อและจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง หรือผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งจำแนกได้หลายกลุ่ม ดังนี้

3.1.1 จำแนกตามจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม

(1) นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเอง อาจจะท่องเที่ยวคนเดียวหรือครอบครัวเดียว มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองว่าจะไปไหนเมื่อไหร่ อย่างไร

(2) นักท่องเที่ยวกลุ่ม ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ส่วนใหญ่มักใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวหรือจัดไปกันเองเป็นหมู่คณะใหญ่ๆ

3.1.2 จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ท่องเที่ยว

(1) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวในวันหยุด ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจหรือเที่ยวชมธรรมชาติ

(2) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาข้อมูลและความรู้สึกแปลกใหม่ที่ไม่ใช่ลักษณะสังคมที่ตนอยู่ ชมนิทรรศการ การแสดงต่างๆ หรือเทศกาลงานประเพณี

(3) เพื่อสุขภาพ รักษาโรค เช่น อาบน้ำแร่ นวด สปา เป็นต้น

(4) เพื่อการกีฬา เช่น ตกปลา ดำน้ำ เดินป่า เป็นต้น

(5) เพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา เมื่อมีเวลาว่างก่อนหรือหลังการประชุมก็ถือโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย

3.1.3 จำแนกตามลักษณะการเดินทาง เช่น ทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

3.1.4 จำแนกตามสภาพภูมิประเทศ

(1) นักท่องเที่ยวในประเทศ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาของตนไปยังจังหวัดอื่นหรือระหว่างรอยต่อจังหวัด ซึ่งอยู่ในเขตประเทศของตนเอง

(2) นักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาของตนเองไปยังประเทศอื่นๆ

3.1.5 จำแนกตามอายุ ได้แก่

(1) เยาวชน ชอบการเดินทางแบบผจญภัย ตื่นเต้น และมีกำลังซื้อไม่สูง จึงไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น และนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง

(2) ผู้สูงอายุ มีเวลาเที่ยว มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง จึงต้องการไปเที่ยวในแหล่งที่สะดวกสบาย และที่สำคัญคือไม่ต้องเตรียมการสิ่งใดด้วยตนเอง

3.1.6 จำแนกตามเพศ ได้แก่ เพศหญิง เพศชาย

3.1.7 จำแนกตามฐานะทางสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจ ได้แก่

(1) นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางสังคมดี รายได้สูง มีกำลังซื้อสูง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับหรูหรา

(2) นักท่องเที่ยวแบบประหยัดหรือผู้มีรายได้ค่อนข้างน้อยถึงปานกลาง เช่น เยาวชน ลูกจ้างบริษัท เป็นต้น ซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างจำกัด ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับพอใช้

กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มตลาดที่มีปริมาณมากกว่ากลุ่มผู้ซื้อประเภทองค์กร และมีหลากหลายประเภทแยกย่อยลงไป ความแตกต่างของผู้ซื้อจะเป็นเหตุให้อำนาจในการต่อรองกับบริษัทผู้ผลิต/ผู้ขายสินค้าต่างกัน นักการตลาดต้องกำหนดกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเป้าหมาย และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ รายได้ สถานภาพทางสังคม อายุ และปริมาณการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดต่อไป

3.2 ผู้ซื้อประเภทองค์กร (Organizational marketing) เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้ซื้อเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับตนเอง กลุ่มนี้มีสิทธิ์ในการตัดสินใจและจัดการซื้อให้บุคคลอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มผู้จัดประชุม กลุ่มผู้จัดหาการท่องเที่ยวเป็นรางวัลให้พนักงานหรือตัวแทนขาย กลุ่มผู้ซื้อประเภทนี้เรียกว่า กลุ่มอุตสาหกรรม

ผู้ซื้อกลุ่มนี้มีจำนวนไม่มาก แต่มีพลังอำนาจการต่อรองสูงกว่า เช่น โรงแรมเป็นผู้ผลิตห้องพัก สถานที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ที่เป็นผู้ซื้อประเภทองค์กร ถ้าบริษัททัวร์รายนั้นมีลูกค้ามาตลอดปี บริษัททัวร์ก็จะมีอำนาจในการต่อรองการซื้อหรือขายสูงกว่า ราคาสินค้าและบริการ สิทธิพิเศษที่จะได้รับก็มากกว่าบริษัททัวร์อื่น เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดของสินค้าบริการว่า จะต้องมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป โดยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการจะต้องมีมากกว่าส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ของสินค้าทั่วไป ส่วนประสมของตลาดสินค้าบริการ (The Expanding Marketing Mix for Service) ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ (People)

ขั้นตอนของการให้บริการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. สินค้า (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจ
2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเข้าถึงตัวสินค้า โดยการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางทางการตลาดหรือการจัดจำหน่ายเองโดยตรง
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น
5. บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง บุคคลที่คอยให้บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆลูกค้า
6. ขั้นตอนของการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

Booms and Bitner (1981) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด 7P's คือ เครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดนี้จะขยายจำนวนของตัวแปรจาก 4 ตัวแปรในด้านการตลาดที่เป็นต้นฉบับ (4P's) เป็น 7 ตัวแปร ซึ่งใช้กับอุตสาหกรรมบริการ องค์ประกอบ ทั้ง 7 ในส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการใดๆ ที่องค์กรผลิตขึ้น ผลิตภัณฑ์อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ เช่น อุตสาหกรรมโรงแรม และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าจ่ายสำหรับการบริการ หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าได้ใช้ ราคาเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการตลาด ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขาย และนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด การกำหนดราคานั้น จะต้องให้ถูกต้อง ต้องคำนึงถึงทั้งเรื่องต้นทุน ลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย การเพิ่มหรือลดราคาตลอดจนเงื่อนไข ในการขายต่าง ๆ ควบคู่กัน ราคาสินค้าอาจ เพิ่มหรือลด ขึ้นอยู่กับ เวลา และ ราคาของผลิตภัณฑ์
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ที่มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้สำหรับลูกค้า กลุ่มบุคคลและองค์การซึ่งอำนาจการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า การจัดจำหน่าย อาจหมายถึง โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายหมายถึงคือ

สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่กระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อความ (Communicate) ให้ตลาดเป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่า ได้มีจำหน่าย ณ ที่ใด ไม่ว่าจะ การส่งเสริมการตลาดนั้นจะผ่านโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การขายทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

5. บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาด ที่มีส่วนร่วมในการทำการตลาด ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม อาจหมายถึง ลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย นักพัฒนา หรือ บุคลากรในการบริหารจัดการ และพนักงาน เป็นต้น

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง การกำหนดวิธีการหรือ ขั้นตอนที่สินค้าจะถูกจัดเตรียม และ กระบวนการอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ในการเตรียมผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งมอบคุณภาพในการ ให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์หรือ สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมบริการ ที่จะให้บริการแก่ลูกค้า

Kotler and Gary (2005) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดยได้เพิ่มปัจจัยขึ้นมาอีก 3 ประการ คือ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ โดยปัจจัย ที่เพิ่มขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจบริการ ซึ่งในการนำมาใช้จริงจะต้องทำการปรับเปลี่ยนปัจจัยให้ มีความเหมาะสมกับสภาพตลาดที่มีความแตกต่างกัน โดยองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดแต่ ละตัวอาจจะมีเหมือนกันอยู่บ้าง แต่ในการนำมาใช้จริงแล้วควรเลือกใช้ตัวแปรที่มีอยู่ในส่วนผสมทาง การตลาดให้เหมาะสมและตรงตามสถานการณ์นั้นๆ องค์ประกอบส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าที่นำเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของ ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอนั้นอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ที่สามารถขาย ได้

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา โดยแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา อาจหมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ในการตั้งราคา สินค้าจะต้องคำนึงถึงระดับราคา ต้องอยู่ในระดับที่ลูกค้ารับได้ และจะต้องอยู่ในระดับที่สูงกว่าต้นทุน หลังจากได้รับส่วนลด หรือต้นทุนที่เสียไป

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ ผลิตภัณฑ์ถูกส่งไปยังตลาด ทำให้ระบบช่องทางการจัดจำหน่ายมี ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้

ทางอุตสาหกรรม ในบางครั้งช่องทางการจัดจำหน่ายอาจหมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า คลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำ โดยการใช้เครื่องมือ อาทิ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การตลาดโดยการขายตรง (Direct Marketing)

5. บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายถึงรวมถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือกฝึกฝนอบรมและมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการโดยส่งผ่านสิ่งที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร สถานที่สะอาด เรียบร้อย บรรยากาศดี อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการสามารถดึงดูดใจลูกค้า ลูกค้าที่เข้ามาใช้คุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่าง เพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่าง

Lovelock and Wirtz (2007) กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดสำหรับการบริการแบบ 7P's ดังนี้

1. สินค้า (Product element) สินค้าการบริการเป็นหัวใจของหน่วยงานในการวางกลยุทธ์ หากสินค้าถูกออกแบบอย่างไม่เหมาะสมก็จะไม่สร้างคุณค่าที่เหมาะสมให้กับลูกค้าและไม่ว่าอีก 6 ด้านที่เหลือจะทำได้ดีเท่าไรก็ไม่มี ความหมายหากตัวสินค้าเองไม่มีคุณค่ากับลูกค้า สินค้าการบริการประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ ตัวสินค้าและส่วนที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงมูลค่าเพิ่มซึ่งส่วนที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงมูลค่าเพิ่มนี้ จะมีผลในการส่งเสริมให้ลูกค้าใช้สินค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันอาจเป็นได้ทั้งทางกายภาพและทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือควบคู่ทั้งสองด้าน เช่นการทำธุรกรรมที่ธนาคารจะต้องประกอบไปด้วยช่องทางทางกายภาพได้แก่เจ้าหน้าที่ธนาคารให้คำแนะนำในการทำธุรกรรม ในขณะที่ลูกค้าอาจจะต้องใช้บริการผ่านระบบเครือข่ายในการทำธุรกรรมต่างๆ ในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารเป็นไปได้อย่างง่ายดาย แม้กระทั่งการสร้างช่องทางการขายสินค้าไปถึงบ้านของลูกค้า

3. ราคา (Price) ดังเช่นมูลค่าของสินค้า การนำเสนอราคาเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีความเหมาะสมต่อมูลค่าของสินค้าเอง ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมจะทำหน้าที่ดึงดูดลูกค้าให้ทำการซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ในทางกลับกันราคาที่แพงกว่าความเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อช้าลง

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion and education) สิ่งที่ต้องสื่อให้ลูกค้าทราบเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง การตลาดจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้หากขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้า การสื่อสารข้อมูลที่ดีจะเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้า

5. กระบวนการ (Process) กระบวนการให้บริการต้องมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารับประสบการณ์การให้บริการที่ซ้ำ เสียเวลา และจะเป็นการยากที่จะทำให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

6. สภาพลักษณะทางกายภาพ (Physical environment) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนั้นจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น จากการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อมที่สวยงามและสะอาด เริ่มตั้งแต่อาคาร สิ่งแวดล้อม สิ่งพิมพ์รอบด้าน การตกแต่งสถานที่ ดังนั้นหน่วยงานต้องทำการดูแลสภาพลักษณะทางกายภาพให้สวยงามอยู่เสมอ

7. บุคลากร (People) แม้ในปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีมากมายเข้ามาช่วยในการทำงาน แต่การให้บริการหลายๆอย่างยังจำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารผ่านบุคลากรของหน่วยงานเริ่มตั้งแต่พนักงานต้อนรับ พนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ ตลอดระยะเวลาที่ลูกค้าจะได้พบหน่วยงานที่มีสินค้าการบริการต้องทำการฝึกพนักงานให้มีความสามารถในการให้บริการได้อย่างเต็มที่ และต้องมีการอบรมรวมไปถึงความมุ่งมั่นในการให้บริการซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการให้บริการกับลูกค้า

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการมาใช้ในการวิเคราะห์ และนำมาเป็นกรอบคิดในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปอย่างสมบูรณ์และสอดคล้องกับงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดให้ตารางเป็นผลิตภัณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

ได้มีผู้ให้ความหมายของ “ความคาดหวัง” ไว้ต่างๆ กันดังนี้

ซิซนุกร พรภาณูวิชณ์ (2544) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2540) ได้ให้ความหมายว่า ความมุ่งหวัง หรือคาดหวังของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนาให้เป็นไปในอนาคต

สิริวรรณ อัครกุล (2528) ได้ให้ความหมายว่า ความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

Reeder (1971) ได้ให้ความหมายว่า เป็นท่าทีของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัว โดยความคาดหวังหรือความต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ

Finn and Jeremy (1962) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดตนเอง ด้านจิตใต้สำนึกและใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือต่อตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

Getzels, James, and Romall (1964) ได้ให้ความหมายว่า ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกันเพราะแต่ละคนมีความคิดและความต้องการต่างกัน อันทำให้พฤติกรรมทางสังคมที่ถูกกำหนดจากความคาดหวังของบุคคลอื่นและความต้องการส่วนตัวของตนเองต่างกันด้วย

Funk and Wagmalls (1963) ได้ให้ความหมายว่า ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์เป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าน่าจะมีน่าจะเป็นอย่างที่ดีไว้

สรุป ความคาดหวังคือ ความรู้สึกนึกคิด หรือ การคาดหวังต่อสิ่งที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะเป็นไปตามที่คิดไว้หรือไม่ก็ได้ โดยความคาดหวังของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความคิด และความต้องการที่ต่างกัน โดยความคาดหวังอาจก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสิ่งที่จะกระทำในอนาคต ทำให้เกิดความน่าจะเป็นที่จะประสบความสำเร็จในสิ่งที่คาดหวังหรือคาดหวังไว้ได้

องค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Customer Expectations)

ความคาดหวัง ประกอบด้วย (รัตนา สุขะนินท์, 2547)

1. บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับของความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลและความเชื่อของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการที่ได้รับ

2. บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่นักท่องเที่ยวจะยอมรับได้โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่นๆ

3. บริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) เป็นระดับการให้บริการที่นักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการในขณะที่นักท่องเที่ยวพบปะกับผู้ให้บริการ การบริการที่คาดการณ์นี้มีผลกระทบโดยตรงต่อการกำหนดระดับบริการที่พึงประสงค์

ปรีชา ธรรมมา และถาวร เกิดเกียรติพงศ์ (2516) กล่าวว่า กิจกรรมต่างๆ ที่เรากระทำในชีวิตประจำวันเป็นการปฏิบัติตามอันดับของบทบาทต่างๆ ซึ่งบุคคลได้เรียนรู้ และตามที่บุคคลอื่นมุ่งหวังให้กระทำพฤติกรรมทางสังคม พัฒนาการตอบสนองต่อบุคคลอื่นและจากการปะทะสังสรรค์ทางสังคม บุคคลจะคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าคนอื่นจะแสดงอาการตอบสนองต่อตนเองอย่างไร แล้วบุคคลจะรับพฤติกรรมนั้นไว้เป็นแนวปฏิบัติในครั้งต่อไป

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964) หรือทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

| | | |
|---------|-----------------|---|
| V มาจาก | Valence | หมายถึง ความพึงพอใจ |
| I มาจาก | Instrumentality | หมายถึง สื่อเครื่องมือหรือวิถีที่นำไปสู่ความพึงพอใจ |
| E มาจาก | Expectancy | หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ |

บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ โดยระดับของความคาดหวังนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรฐานของสังคม แรงผลักดัน การตัดสินใจ ค่านิยม ความสำเร็จและความล้มเหลวของแต่ละบุคคล เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ

ประเภทและความสำคัญของความคาดหวัง

ความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้มีทั้งความคาดหวังในระยะสั้นและความคาดหวังในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังในทางบวกและความคาดหวังในทางลบ (Hurlock, 1973) ความคาดหวังนี้จะนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

ไพบุลย์ เทวรักษ์ และศิริวรรณ อัครกุล (2527) กล่าวถึงความคาดหวังทางบวกว่า เมื่อบุคคลต้องอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องทำบางสิ่งให้สำเร็จ ความหวังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการทำงานเป็นการยากที่จะกระตุ้นตนเองให้มีความพยายามและอดทนในการกระทำสิ่งที่ตนเชื่อว่าจะประสบความสำเร็จ

โสรีซ โพร้แก้ว (2527) กล่าวถึงความคาดหวังทางลบว่า เป็นความคาดหวังทางร้าย เช่น ถ้าเราจะอยู่อย่างนี้ลูกเราจะเป็นอย่างไรหนอ ความคาดหวังในทางร้ายมักทำให้เกิดความกลัวความวิตกกังวลซึ่งทำให้ชีวิตขาดความสมดุลได้

สรุปได้ว่าความคาดหวังมีทั้งทางบวกและทางลบมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยความคาดหวังเปรียบเสมือนสิ่งเร้าและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ โดยความคาดหวังทางบวกก่อให้เกิดผลในทางที่ดีและก่อให้เกิดความพยายามที่จะบรรลุให้ถึงในสิ่งที่เกินคาดหวังเพิ่มขึ้น ส่วนความคาดหวังด้านลบนั้นทำให้เกิดความวิตกกังวลขาดความสมดุลชีวิต และความคาดหวังยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของตนเองและบุคคลอื่น เนื่องจากแรงกระตุ้นจากความคาดหวังในจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการ โดยความมุ่งหวังจัดเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติของเยาวชน (ประทีน มหาจันทร์, 2521)

Russel (1956) กล่าวว่า ความคาดหวังจัดเป็นทัศนคติอีกรูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อการคิดของบุคคล

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2523) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของมนุษย์

วัลลภ ปิยะมโนธรรม (2536) กล่าวถึงความมุ่งหวังตามทฤษฎีของแอดเลอร์ว่า ความมุ่งหวังเป็นสิ่งที่อยากเป็นในอนาคตของแต่ละคนที่แตกต่างกันไป โดยมีอิทธิพลต่อความประพฤติหรือบุคลิกภาพไม่น้อยไปกว่า “ความทรงจำ ” หรือประสบการณ์จากอดีตตามที่พรอยด์เน้น และบุคคลจะประพฤติตัวตามที่คาดหวังไว้จนเป็นนิสัยของตนเองตลอดจนไปถึงการกำหนดนิสัยคนอื่นว่าต้องเป็นไปตามบทบาทที่คาดหวังไว้อีกด้วย

สรุปได้ว่าความคาดหวังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของตนเองและบุคคลอื่นเนื่องจากแรงกระตุ้นจากความคาดหวังในจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

Wolman (1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ (Gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมว่า หมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Need) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายว่า พอใจ ชอบใจ ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (Quirk, 1987)

Hornby (2000) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วีรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งนั้นๆ อย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจหากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

Morse (1955) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการลดความเครียดของผู้ทำงานให้น้อยลงทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลงความพอใจจะเกิดขึ้น และในทางกลับการถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พอใจจะเกิดขึ้น

Strauss and Sayless (1960) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามหน่วยงานหรือองค์กร

Applewhite (1997) ได้ให้ความหมายว่า หมายถึงความสุข ความสบายที่ได้รับจากการทำงาน ความสุขที่ได้รับจากการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน และทัศนคติที่ดีต่องาน

Schermerhorn (1984) ได้ให้ความคิดเห็นว่า เป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของคนที่มีต่อลักษณะต่างๆของงานรวมทั้งงานที่ได้รับมอบหมายการจัดระบบงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

คณิต ดวงหัตถ์ (2537) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่นๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้น จะอุทิศเวลา แรงกายแรงใจรวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจากการศึกษารวบรวมและสรุปของมีดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรมอันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจ และสภาพการเป็นอยู่ร่วมกัน เป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกัน และมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

Vroom (1964) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจกับทัศนคติเป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน จนสามารถใช้แทนกันได้ โดยได้ให้คำอธิบายความหมายของทั้งสองคำนี้ว่า เกิดจากผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Good (1973) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น

สรุปได้ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยไม่สามารถมองเห็นรูปธรรมได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจยังเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวังหรือเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ โดยความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

ทฤษฎีจูงใจ

ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงที่สุดของความพึงพอใจคือทฤษฎีจูงใจ (Motivation Theory) ของ Maslow (1970) หรือที่เรียกว่าทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ (Maslow's General Theory of Human Motivation) ซึ่งมาสโลว์ได้ตั้งสมมติฐานสิ่งจูงใจจากความต้องการของมนุษย์ไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจอีกต่อไป แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองนั้นจะเป็นสิ่งจูงใจแทนและมาสโลว์ได้ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำถึงระดับสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 ชั้นดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกายแล้วความต้องการทางจิตใจก็จะตามมา
3. ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคมความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อนร่วมงาน
4. ความต้องการจะเห็นคุณค่าของตนเอง (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการอยากเด่นในสังคม เป็นที่ยอมรับ เป็นที่ยกย่องสรรเสริญของบุคคลอื่น
5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง (Self-Actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ที่คนส่วนมากอยากจะเป็น อยากจะได้

Bass (1997) ได้สรุปว่าสิ่งจูงใจ ซึ่งหน่วยงานหรือผู้บริหารหน่วยงานใช้เพื่อเป็นเครื่องกระตุ้นบุคคลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานสามารถแบ่งเป็น 3 ประการดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ ได้แก่ เงิน สิ่งของที่ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อเป็นค่าตอบแทน เป็นค่าชดเชยหรือเป็นรางวัลที่ได้ปฏิบัติงานให้แก่หน่วยงานเป็นอย่างดี

2. งานนั้นๆ ต้องสามารถวางแผนและวัดความสำเร็จได้ โดยใช้ระบบการทำงานและการควบคุมที่มีประสิทธิผล

3. เพื่อให้ได้ผลในการสร้างสิ่งจูงใจภายในเป้าหมายของงาน จะต้องมึลักษณะดังนี้

3.1 คนทำงานมีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมาย

3.2 งานนั้นเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา

3.3 งานนั้นสามารถทำให้สำเร็จได้

3.4 มีผลงานกลับมาให้ผู้ทำทราบโดยตรง

ภิญโญ สารธ (2541) ได้สรุปว่า บุคลากรจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและทำงานให้โรงเรียนได้นานๆหรือไม่เพียงใดนั้น จะต้องอาศัยสิ่งจูงใจหลายชนิดด้วยกัน โดยมีสิ่งจูงใจที่สำคัญ 5 ประการดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ เช่น เงินและสิ่งของ

2. สิ่งจูงใจที่เป็นโอกาส เช่น การให้โอกาสที่จะมีชื่อเสียงดีเด่นมีเกียรติยศ มีอำนาจประจำตัวมากขึ้นและโอกาสได้ตำแหน่งงานสูงขึ้น

3. สิ่งจูงใจที่เป็นสภาพของการทำงาน ซึ่งอาศัยวัตถุเป็นหลัก

4. สิ่งจูงใจที่เป็นสภาพของการทำงานซึ่งไม่เกี่ยวกับวัตถุ เช่น สภาพของสังคมของครูในโรงเรียนช่วยให้โรงเรียนน่าอยู่ ครูรักใคร่ปรองดองกันไม่แบ่งกลุ่มแบ่งพวก ครูทุกคนอยู่ในฐานะทัดเทียมกันทั้งในด้านสังคมเศรษฐกิจและการศึกษา ครูไม่มีความแตกต่างกันในทุกๆด้าน

5. การบำรุงขวัญ กำลังใจและสร้างความรู้สึกรักให้เกิดกับบุคลากรทั้งหลายว่าตนมีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการสร้างชื่อเสียง เช่น การให้ครูมีส่วนร่วมในการแก้ไขสถานการณ์สำคัญต่างๆของโรงเรียน

สรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นไปตาม กฎความต้องการของมนุษย์ 5 ชั้นของ มาสโลว์คือความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Security Needs) ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Belonging Needs) ความต้องการเห็นคุณค่าของตนเอง (Esteem Needs) และความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง (Self-Actualization)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการและการวัดความพึงพอใจ

ซาโรซ ไสยสมบัติ (2534) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการนั้นจะเกิดขึ้นต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์การประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการ ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธีคือ 1. ใช้แบบสอบถาม 2. ใช้การสัมภาษณ์ 3. ใช้การสังเกต

Millet (1954) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ สามารถวัดได้จากการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีความเสมอภาค ให้บริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา ให้บริการอย่างพอเพียง ให้บริการอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะบรรลุผล และให้บริการที่มีความก้าวหน้าคือ การพัฒนางานบริการ ด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ

อาภรณ์รัตน์ เลิศไพบรอต (2554) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจต่อการบริการว่า เป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ให้บริการทั้งหลายต่างหากกลยุทธ์ทางการจัดการและการตลาดมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย คือ

1. ผู้ให้บริการ คือ ผู้ที่ก่อให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ
2. ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ โดยมีความมุ่งหวัง ต้องการที่จะได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว และคุณภาพการบริการที่ดี

Hinshaw, Scofield, and Atwood (1981) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นความคิดเห็นของผู้รับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ถือว่าเป็นเกณฑ์ประเมินด้านผลลัพธ์ โดยระดับของความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังผู้รับบริการในความคิดกับการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับจริง

กิตติพงศ์ จิรวาสวงศ์ (2554) ได้กล่าวถึงการวัดความพึงพอใจของลูกค้า เป็นแนวทางที่นำมาใช้ในการวัดสมรรถนะของระบบบริหารคุณภาพ โดยองค์กรจะต้องเฝ้าติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับของลูกค้า ถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องกำหนดวิธีการในการรวบรวมและใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2552) ได้กล่าวถึงการวัดความพึงพอใจของลูกค้าว่า การวัดความพึงพอใจของลูกค้าจะต้องการดำเนินการอย่างมีหลักการ ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านใด และใช้เพื่ออะไร
2. กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจ โดยตัวชี้วัดที่ใช้ว่าตัวใดเป็นปัจจัยที่ต้องการวัด จะต้องไม่ซ้ำซ้อน มีการประเมินความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัว เพื่อนำมาถ่วงน้ำหนักในการวัดความพึงพอใจรวม

3. กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด โดยส่วนใหญ่นิยมใช้ likert scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจแต่ละปัจจัยตามคะแนนที่กำหนด
4. กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ ซึ่งจะต้องทำการกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ เป็นการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการ เมื่อผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจจะก่อให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งการวัดความพึงพอใจสามารถวัดได้หลายวิธี อาทิ การใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสังเกต โดยกระบวนการในการวัดจะต้องใช้วิธีวิจัยเพื่อให้ได้ผลในการวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริบทพื้นที่ในการศึกษา

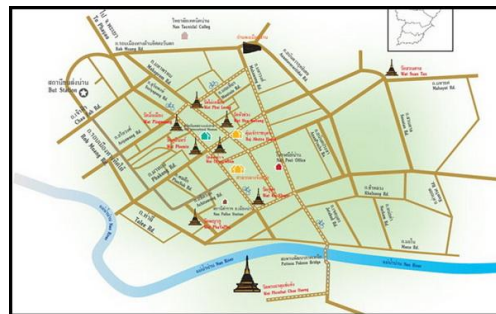
เทศบาลเมืองน่านมีพื้นที่ 7.6 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,750 ไร่ ประกอบด้วย 2 ตำบล คือ ตำบลในเวียง ทั้งตำบล และบางส่วนของตำบลผาสิงห์ (สำนักงานเทศบาลเมืองน่าน, 2556)

การท่องเที่ยวโดยใช้รถรางนำเที่ยว เป็นการนำรถรางแบบโบราณขนาด 24 ที่นั่ง โดยได้ดัดแปลงล้อที่เคลื่อนที่ในรางเปลี่ยนเป็นล้อยางแบบรถยนต์ และเปลี่ยนเครื่องยนต์ที่ใช้ไฟฟ้า มาเป็นเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันแทนเพื่อนำชมสถานที่ โดยแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง (ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน, 2556) ดังนี้ เส้นทางที่ 1 เส้นทางเริ่มต้นจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยผ่านสถานที่ท่องเที่ยวดังนี้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศูนย์โอท็อป่าน วัดมิ่งเมือง แวะพักชมวัดศรีพันต้น คุ่มเจ้าเมืองเก่า วัดไผ่เหลือง วัดหัวข่วง คุ่มเจ้าราชบุตร ประตูเมืองเก่า แวะชมวัดสวนตาล ที่ทำการเทศบาลเมืองน่าน โรงเรียนน่านคริสเตียน วังเจ้าถนนสุมนเทวราช ชมร้านค้าสองข้างทาง วัดหัวเวียงใต้ โรงแรมน่านฟ้า วัดกู่คำ วัดช้างค้ำ สิ้นสุดที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและเส้นทางที่ 2 เส้นทางเริ่มต้นจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยผ่านสถานที่ท่องเที่ยวดังนี้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศูนย์โอท็อป่าน วัดมิ่งเมือง วัดศรีพันต้น คุ่มเจ้าเมืองเก่า วัดไผ่เหลือง วัดหัวข่วง คุ่มเจ้าราชบุตร ประตูเมืองเก่า วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดกู่คำ วัดช้างค้ำ สิ้นสุดที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเส้นทางที่ 2 เป็นเส้นทางเดินรถรางท่องเที่ยวสำรอง ซึ่งจะเปิดให้บริการในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวหลัก ในช่วงวันหยุดยาวปลายปี เพื่อกระจายให้นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญได้อย่างทั่วถึง และไม่แออัดในการเข้าชมสถานที่

การให้บริการในแต่ละรอบจะมีผู้บรรยาย โดยเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครนำเที่ยวประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน ที่ผ่านการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ใช้เวลาในเส้นทางรถราง 45-60 นาที ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อชมโบราณสถานโบราณวัตถุ สัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวเมืองน่าน



รูปภาพที่ 1: เส้นทางรถท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ 1



รูปภาพที่ 2: เส้นทางรถท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ 2 (เส้นทางสำรอง)



รูปภาพที่ 3: รถรางท่องเที่ยว



รูปภาพที่ 4: รถรางท่องเที่ยว



รูปภาพที่ 5: มัคคุเทศก์แนะนำสถานที่



รูปภาพที่ 6: ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน



รูปภาพที่ 7: สถานที่จำหน่ายตัวรถราง

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ตั้งอยู่ถนนผากอง ใกล้กับวัดภูมินทร์ เป็นศูนย์กลางให้บริการข้อมูลข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน รวมถึงข้อมูลสถานที่อำนวยความสะดวก ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว พร้อมร้านขายของที่ระลึก (ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จังหวัดน่าน, 2556)



รูปภาพที่ 8: พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จังหวัดน่าน



รูปภาพที่ 9: งาม้างดำ (ปูชนียวัตถุคู่บ้านคู่เมือง)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จันทน์

ตั้งอยู่ในบริเวณคุ้มของอดีตเจ้าผู้ครองนครน่าน ที่เรียกว่า "หอคำ" โดยเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช เจ้าเมืองน่าน สร้างขึ้นเป็นที่ประทับ เมื่อ พ.ศ. 2446 ลักษณะตัวอาคารโอโถงงดงามก่ออิฐถือปูนแข็งแรง แต่ตกแต่งให้อ่อนช้อยสวยงามด้วยลายลูกไม้ นับเป็นสถาปัตยกรรมก่อสร้างที่ดีเด่นแห่งหนึ่งของเมืองไทย นอกจากนี้บริเวณด้านหน้าพิพิธภัณฑ์เป็นที่ตั้งอนุสาวรีย์เจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช ผู้เป็นเจ้าของหอคำแห่งนี้ด้วย กรมศิลปากรได้รับมอบอาคารหอคำเพื่อใช้เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทน์ เมื่อปี พ.ศ. 2517 แล้วจึงนำโบราณวัตถุ ตลอดจนสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และชาติพันธุ์วิทยาประจำท้องถิ่น มาจัดแสดงให้ชมอย่างมีระบบและระเบียบสวยงาม โดยส่วนที่เป็นห้องจัดแสดงชั้นล่าง จัดแสดงชาติพันธุ์วิทยาเกี่ยวกับล้านนา เช่น ลักษณะอาคารบ้านเรือนและเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน การทอผ้า และผ้าพื้นเมืองน่านแบบต่างๆ ที่สวยงาม การสาธิตงานประเพณี และความเชื่อต่างๆ เช่น การแข่งเรือ จุดบั้งไฟสงกรานต์ และพิธีสืบชะตา เป็นต้น สิ่งที่น่าสนใจในการจัดแสดงห้องโถงข้างล่างนี้ ยังมีการจัดแสดงเรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่และเครื่องใช้ของชนกลุ่มน้อยในเมืองน่าน รวม 5 เผ่าด้วยกัน คือ ไทยลื้อ แม้ว เย้า ถิ่น และผไทงเมือง ส่วนบริเวณห้องจัดแสดงชั้นบน เป็นการจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเมืองน่าน การสร้างเมือง และ โบราณสถานที่สำคัญ รูปถ่ายโบราณ งานประณีตศิลป์ เครื่องใช้เงินตรา อาวุธ ศิลปะ จารึก และเครื่องถ้วยชามที่ค้นพบในเมืองน่าน และที่สำคัญที่สุดได้แก่ ห้องเก็บ "งาช้างดำ" ซึ่งเป็นปูชนียวัตถุคู่เมืองน่าน ตามประวัติได้กล่าวไว้ว่า งาช้างดำนี้ได้มาจากเมืองเชียงตุง ตั้งแต่ครั้งโบราณ เมื่อเจ้ามหาพรหมสุรธาดา เจ้าผู้ครองนครน่านองค์สุดท้ายถึงแก่พิราลัย เจ้านายบุตรหลานจึงมอบให้เป็นสมบัติของแผ่นดินพร้อมหอคอย ลักษณะของงาช้างดำนี้เป็นงาบสีเปลือกสีน้ำตาลเข้ม ขนาดความยาว 97 เซนติเมตร วัดโดยรอบ 47 เซนติเมตร มีน้ำหนักประมาณ 18 กิโลกรัม ส่วนปลายมนมีจารึกอักษรธรรมล้านนา ภาษาไทยกำกับไว้ว่า "กิ่งนี้หนักหนึ่งหมื่นห้าพัน" หรือประมาณ 18 กิโลกรัม (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)



รูปภาพที่ 10: ศูนย์โอท็อป่าน

ศูนย์โอท็อป่าน

แหล่งรวมหัตถกรรมพื้นบ้านเมืองน่าน ของฝาก ของที่ระลึก โดยสามารถเลือกชมและซื้อได้จากศูนย์แสดงและจำหน่ายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเมืองน่าน สินค้าเหล่านี้เป็นฝีมือของชาวน่าน



รูปภาพที่ 11: วัดมิ่งเมือง

วัดมิ่งเมือง

วัดมิ่งเมือง สร้างขึ้นเมื่อราว พ.ศ. 2400 ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาวันที่ 14 พฤศจิกายน 2510 ในบริเวณวัดร้างด้านเหนือจากซากวิหารมี เสาพระหลักเมืองน่าน ซึ่งเป็นไม้สักทองเป็นท่อนซุงขนาดใหญ่ 2 คนโอบรอบ ฝังอยู่กับพื้นดิน เสาพระหลักเมืองน่าน คนเมืองน่านในสมัยโบราณเรียกกันว่า เสามิ่งเมือง หรือ เสามิ่ง โดยสมเด็จพระเจ้าฟ้าอัครวรปัญญา เจ้าผู้ครองนครน่าน องค์ที่ 57 โปรดให้ฝังเสาพระหลักเมืองน่านลง ณ จุดนี้ เมื่อปีพุทธศักราช 2331 หลังจากที่พระองค์ได้เข้าเฝ้าสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ณ กรุงเทพฯ และร่วมพระราชทานพิธีฝังเสาพระหลักเมือง กรุงเทพมหานคร เมื่อปีพุทธศักราช 2129 พระองค์จึงได้คิดนั้นมาฝังเสาพระหลักเมืองน่านขึ้น โปรดให้ฝังเสาพระหลักเมืองน่าน ต้นปัจจุบันนี้ เมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2531 ณ สถานที่ที่ทรงเสียดาย คือ ที่ข้างวัดร้างเก่า ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากหอคำ (ปัจจุบันคือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน) ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ประมาณ 350 เมตร ซึ่งผู้รู้สันนิษฐานว่าวัดร้างนี้คือ วัดห้วยไคร้ อันมีมาแต่ครั้งสมัยสุโขทัยปีพุทธศักราช 2400 เจ้านันทวรฤทธิเดช เจ้าผู้ครองนครน่านได้

สถาปนาวัดร้างนี้ขึ้นใหม่และตั้งชื่อวัดใหม่นี้ว่า “ วัดมิ่งเมือง ” เพราะสาเหตุว่า มีเสามิ่งหรือเสามิ่งเมืองตั้งอยู่ในวัด (คำว่า “ เสาพระหลักเมือง ” เป็นศัพท์ของทางภาคกลาง คนเฒ่าคนแก่พื้นเมืองเรียกขานกันว่า เสามิ่งหรือเสามิ่งเมืองมาแต่โบราณ) สิ่งที่เด่นสะดุดตาอีกประการหนึ่งคือ ศาลาจัตุรมุข ลวดลายปูนปั้นสีขาวอันวิจิตรตระการตา มียอดพรหมสีหน้าเป็นตัวอาคารประดิษฐานศาลหลักเมือง ถัดเข้าไปเป็นโบสถ์ของวัด ภายในมีจิตรกรรมประวัติความเป็นมาของเมืองน่านตั้งแต่ต้นราชวงศ์มาจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 12: วัดศรีพันต้น



รูปภาพที่ 13: วัดศรีพันต้น

วัดศรีพันต้น (ภาพวาดในวิหารตำนานเมืองน่าน หน้าบันพระวิหารเป็นปูนปั้นลวดลายนักรัศ 12 ราศี, เรือโบราณที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย)

วัดศรีพันต้น สร้างโดยพญาพันต้น เจ้าผู้ครองนครน่าน แห่งราชวงศ์ภูคา ชื่อวัดตรงกับนามผู้สร้าง บางสมัยเรียกว่า วัดสลีพันต้น ซึ่งในอดีตมีต้นโพธิ์ใหญ่อยู่ด้านทิศเหนือและทิศใต้ของวัด วัดศรีพันต้นได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อ พ.ศ. 2550 ภายในวัดมีวิหารที่สวยงามมีสีทองระยิบ มีจิตรกรรมปูนปั้นที่สวยงามโดยเฉพาะพระยานาค ที่เฝ้าบันไดหน้าวัด ซึ่งปั้นแต่งโดยช่างชาวน่านชื่อนายอนุรักษ์ สมศักดิ์ หรือ "สล่ารง" และภายในวิหารได้มีการเขียนภาพลายเส้นประวัติของ

พระพุทธเจ้าและประวัติการกำเนิดเมืองน่าน โดยช่างชาวน่าน รวมถึงโรงเรือภายในบริเวณวัด ซึ่งเก็บเรือที่ขุดจากไม้ตะเคียนทั้งต้น โดยเรือแข่งลำนี้มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยมีความยาวทั้งหมด 17 วา 1 ศอก 9 นิ้ว โดยเรือดังกล่าวชื่อ "เลิศเกียรติศักดิ์" (พญามณี) (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 14: วัดฝៃเหลืออง

วัดฝៃเหลืออง (พระเกศาธาตุของพระพุทธเจ้า วัดเก่าแก่อายุกว่า 430 ปี)

ตามตำนานเล่าว่า เมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จลงจากพระธาตุเขาน้อยแล้ว ก็เสด็จไปยังริมแม่น้ำห้วยไคร้ (แม่น้ำน่าน) เมื่อพระเจ้านันทบุรีเสด็จมาพร้อมพระราชเทวี และทอดพระเนตรเห็นพระองค์ จึงทูลถามพระองค์ท่านว่า เป็นใครองค์สมเด็จพระผู้มีพระภาคเจ้าจึงตรัสว่า **“เราได้ชื่อว่าตถาคต คือ เป็น พระพุทธเจ้า เป็นครูแก่โลกทั้งสาม...”** พระบาทท้าวเธอเมื่อทรงทราบว่าเป็นพระพุทธเจ้า ก็มีความปีติเบิกบานยินดีมากนักจึงเอาผ้าขาวถวายพระพุทธเจ้าแล้วพระพุทธองค์จึงรับเอาผ้าผืนนั้นด้วยพระมหากรุณาเมื่อทรงสร่งน้ำห้วยไคร้แล้วก็เปลี่ยนผ้าอาบผืนนั้นให้พระอานนท์ เพื่อ เอาผ้าไปปิดตากบนก้อนหินลูกหนึ่งฝ่ายองค์สมเด็จพระบรมศาสดาได้ตรัสกับพระอานนท์ว่า พระองค์จะเสด็จต่อไปข้างหน้า พระเถระ จึงไปเก็บผ้าอาบน้ำผืนนั้นซึ่งแห้งดีแล้ว ในขณะที่ไปเก็บผ้าอาบนั้น ผ้าก็กลับกลายเป็นแผ่นทองคำมีวรรณะเหมือนสุพรรณอันเหลือองเข้มทอรัศมีผ้าแผ่นทองคำนี้ได้ส่องไปทั่วทั้งป่าฝៃมองแล้วเหลือองงามไปทั่วบริเวณนั้นพระอานนท์เห็นอัศจรรย์ดังนั้น จึงทูลขอให้ไว้พระศาสนาที่นี่เพื่อโปรดมนุษย์และเทวดาต่อไปภายหน้าพระองค์จึงประทานพระเกศา 1 เส้นบรรจุไว้ที่นั่น โดยพระอินทร์ได้ทรงเนรมิตอุโมงค์ได้ลูกหินนั้นหนักได้ 7 วา แล้วอาราธนาพระเกศาธาตุและผ้าอาบน้ำทั้งสำเนาทองคำลงไว้เอา หินทับถมขึ้นมาแล้ว เขาก้อนหินใหญ่ที่ตากผ้านั้นขึ้นทับไว้ข้างบนให้เป็นปกติธรรมดาตามเดิมแล้วพระองค์ได้ตรัสพยากรณ์ **“สถานที่พระตถาคตสร่งน้ำที่ห้วยไคร้ที่พระอานนท์เอาผ้าไปตากแล้วก็กลายเป็นแผ่นทองคำไปนั้น ต่อไปภายหน้าจะมีพระยา ตนหนึ่งชื่อ มงคลวรยศ จะมายกก่อสร้างพระเจดีย์ให้สูงใหญ่ขึ้น จักได้ชื่อว่า “พระธาตุกู่คำ”ตามนิมิตกู่ผ้าแผ่นทองคำนั้น และ ในป่าฝៃที่รัศมีผ้าแผ่นทองคำส่องไปนั้น ต่อไปคนทั้งหลายจะมาสร้างขึ้นเป็นที่วัด จักได้ชื่อว่า วัดฝៃเหลืออง”**

แต่เมื่อไปถึงวัดไผ่เหลืองฉันจึงได้มุ่งตรงเข้าไปไหว้พระประธานในพระอุโบสถ แต่แลไปไม่เห็นพระธาตุอยู่ที่ใด จึงมานั่งคิดว่า แท้จริงแล้ว "วัดไผ่เหลือง" แห่งนี้ ไม่ได้มีพระธาตุ เพราะพระธาตุที่เกี่ยวข้องตำนานนั้น คือ "พระธาตุกู่คำ" ที่วัดกู่คำ แต่ที่มีลายละเอียดอยู่ในตำนานนั้น เนื่องจาก มีความเกี่ยวเนื่องที่เป็น "ป่าไผ่ที่ต้องรัศมีของแผ่นผ้าทอนั้นต่างหาก" (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 15: วัดกู่คำ

วัดกู่คำ (พระเกศาธาตุและผ้าอาบน้ำทองคำของพระพุทธเจ้าและพระพุทธรูปนั่งศิลปะสุโขทัยซึ่งได้รับพระราชทานมาจากพระพุทธเจ้าหลวง รัชกาลที่ 5)

วัดกู่คำมีประวัติอันยาวนานเริ่ม ประมาณ พ.ศ. 2410 นายฮ้อยพ่าคำปุก ชาวไทยใหญ่ เมืองเชียงตุง ประเทศพม่า ได้อพยพพามาหากินในเขตจังหวัดน่าน โดยมีอาชีพรับสัมปทานป่าไม้ ซึ่งสมัยนั้นเรียกว่า "นายฮ้อยไม้" นายฮ้อยพ่าคำปุก ได้แต่งงานกับแม่ศรีคำ ซึ่งเป็นคนเมืองน่านในสมัยนั้นไม่มีนามสกุล พ.ศ.2464 นายฮ้อยพ่าคำปุก และแม่ศรีคำ มีความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก จึงได้บริจาคทรัพย์ก่อสร้างวิหารหลังหนึ่ง บริเวณวัดกู่คำ ขนาดกว้าง 12 เมตร ยาว 20 เมตร วิหารหลังนี้เป็นวิหารศิลปะล้านนา ฝาผนังก่ออิฐถือปูน หลังคามุงกระเบื้องไม้สัก มีช่อฟ้าใบระกา เเชิงชาย ฯลฯ ทำด้วยไม้สัก ลวดลายงดงาม ในวิหารมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย สมัยเชียงแสน ศิลปะพม่าประดิษฐานอยู่ (ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2557)



รูปภาพที่ 16: วัดหัวข่วง

วัดหัวข่วง (สถาปัตยกรรมแบบล้านนารูปแบบเอกลักษณ์ช่างสกุลน่าน เช่น หอไตร ประกาศเป็นโบราณสถานแห่งชาติของกรมศิลปากร เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2523)

คำว่า "หัวข่วง" คือ ลานกว้างๆ วัดหัวข่วงก็คือ วัดที่มีลานกว้างๆ ตั้งอยู่ในย่านประวัติศาสตร์สำคัญของเมืองน่านในอดีต ใกล้กับ "หอคำ" ซึ่งเป็นตำหนักของเจ้าผู้ครองนครน่าน (ปัจจุบัน คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดน่าน) วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดภูมินทร์ คຸ້ມเจ้าราชบุตรมีประวัติการก่อสร้างสมัยใดไม่ปรากฏชัดเจน แต่ปรากฏหลักฐานการซ่อมแซมปฏิสังขรณ์ พระอุโบสถวัดหัวข่วงครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ.2454 โดยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เจ้าผู้ครองนครน่าน ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ต่อมาในปี พ.ศ.2470 สมัยพลตรีเจ้ามหาสุรธาตา เจ้าผู้ครองนครน่านองค์สุดท้าย ได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์ขึ้นอีกครั้งหนึ่ง วัดหัวข่วงได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาเมื่อ พ.ศ. 2505 เป็นวัดที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดน่าน เนื่องจากสิ่งก่อสร้างภายในวัดได้แก่ เจดีย์ พระอุโบสถ ธรรมมาสน์ และหอไตร ล้วนมีรูปแบบศิลปกรรมแบบล้านนาอย่างแท้จริง กรมศิลปากร จึงได้ประกาศให้เป็นโบราณสถานแห่งชาติตั้งปรากฏในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 97 ตอนที่ 123 ลงวันที่ 12 สิงหาคม พ.ศ.2523 (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 17: คຸ້ມเจ้าราชบุตร



รูปภาพที่ 18: ของเก่าโบราณหาชมยากภายในคຸ້ມ

คุ้มเจ้าราชบุตร

สร้างเมื่อ พ.ศ. 2409 ลักษณะเป็นเรือนไม้สักทองสองชั้น และได้รื้อสร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2484 โดยย่อขนาดให้เล็กลง เป็นที่อยู่ของเจ้าน้อยพรหม ณ น่าน ต่อมาได้รับสถาปนาเป็นมหาอำมาตย์โท และนายพลตรีเจ้ามหาพรหมสุรธาดาเจ้าผู้ครองนครน่านองค์ที่ 64 ต่อมาได้ยกคุ้มแห่งนี้ให้บุตรชายคือ เจ้าประพันธ์พงศ์ (เจ้าน้อยหมอกฟ้า ณ น่าน) และตกทอดเป็นสมบัติของเจ้าสมปรารถนา ณ น่าน และเจ้าวาสนา ภู่วุฒิกุล (น่าน) ปัจจุบันยังเป็นที่จัดแสดงเครื่องยศ ภาพถ่ายโบราณ ของเก่าโบราณที่หาชมได้ยาก เช่น ดาบ งาช้างศึก อาวุธโบราณ (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์ จังหวัดน่าน, 2557a)



รูปภาพที่ 19: ประตุมืองเก่า

ประตุมืองเก่า

สมัยพญาสุมนเทวราชเป็นผู้ครองนครน่าน (พ.ศ. 2354-2368) ปรากฏว่ากำแพงเมืองในขณะนั้นสร้างด้วยท่อนซุง ปักเรียงรายเป็นเพนียดขุดคูเมืองด้านหน้า ด้านในถมดินเป็นเชิงเทิน เมื่อ พ.ศ. 2360 เกิดน้ำท่วมใหญ่พัดเอากำแพงเมือง วัดวาอาราม และบ้านเรือนพังเสียหายจำนวนมาก พญาสุมนเทวราชต้องย้ายเมืองหนีน้ำท่วมไปอยู่ที่อื่นเป็นเวลานาน ต่อมาสมัยพระเจ้าอนันตวรฤทธิเดช (ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 4) จึงได้ย้ายเมืองกลับมาที่เดิมและก่อสร้างต่อเติมกำแพงเมืองขึ้นมาใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2397 สร้างเสร็จสมบูรณ์เมื่อ พ.ศ. 2400 (ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์ จังหวัดน่าน, 2557c)



รูปภาพที่ 20: วัดสวนตาล



รูปภาพที่ 21: พระเจ้าทองทิพย์

วัดสวนตาล(พระเจ้าทองทิพย์ ทิพย์แห่งทอง เจดีย์วัดสวนตาล บ่อน้ำทิพย์)

วัดสวนตาลสร้างขึ้นเมื่อราว พ.ศ.1955 เป็นวัดที่ตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองน่านด้านทิศเหนือ ในบริเวณที่เป็นสวนตาลหลวงซึ่งเป็นที่มาของชื่อวัด ตัวเจดีย์หลังวิหารนั้นเดิมเป็นทรงพุ่มข้าวบิณฑ์แบบสุโขทัย ต่อมาพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ ผู้ครองนครน่านโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2547 ได้แก้ไขรูปทรงเป็นเจดีย์ยอดปราสาท ดังปัจจุบันภายในวัดแห่งนี้เป็นที่ประดิษฐาน พระเจ้าทองทิพย์ พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยองค์ใหญ่หน้าตักกว้าง 10 ฟุต สูง 14 ฟุต 4 นิ้ว พระเจ้าติโลกราชแห่งนครเชียงใหม่โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในปี พ.ศ.1993 เพื่อแสดงถึงชัยชนะ ที่พระองค์สามารถยึดเมืองน่านไว้ในพระราชอำนาจ ระหว่างที่สร้างพระ ช่างได้กระทำการหล่อทองเทเข้าบ้ำพิมพ์หลายครั้งหลายหนก็ไม่สำเร็จ เพราะบ้ำพิมพ์แตกเสียทุกครั้งในที่สุดก็มีชายชราแปลกหน้าหนุ่มชวามมาช่วยทำ จึงสำเร็จเรียบร้อยสมปรารถนาเมื่อสร้างพระพุทธรูปเสร็จแล้ว พระเจ้าติโลกราชก็ทรงจัดให้มีการสวดปริตถมงคล และจัดให้มีงานมหกรรมเฉลิมฉลองทำบุญอย่างมโหฬารส่วนชายชรานั้นก็หายสาบสูญไปไม่มีผู้ใดพบเห็นอีกเลย ชาวเมืองต่างโจษขานกันว่าเป็นเทพดาแปลงกายลงมาช่วย จึงได้ขนานพระพุทธรูปองค์นี้ว่า พระพุทธรูปทองทิพย์ หรือ พระเจ้าทองทิพย์ ตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน และพระเจ้าติโลกราชได้ทรงโปรดฯ ให้ขุดบ่อน้ำ เพื่อนำมาใช้สอยระหว่างการหล่อสร้างพระเจ้าทอง

ทิพย์และเพื่อนำน้ำประกอบพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา โดยสร้างขึ้นบริเวณหน้าวิหาร ซึ่งอยู่ในแนวตรงกับเบื้องหน้าพระพักตร์ตามระดับการทอดสายพระเนตรขององค์พระเจ้าทองทิพย์ นับเป็นเอกลักษณ์ของบ่อน้ำทิพย์ของวัดสวนตาลที่โดดเด่นกว่าวัดอื่นใดในล้านนาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ก่อนปี พ.ศ.2475 ทางราชการเมื่อนำน้ำศักดิ์สิทธิ์จากบ่อน้ำทิพย์ไปใช้ในงานถือน้ำพิพัฒน์สัตยา (โองการแข่งน้ำ) โดยนำเอาศาสตราวุธต่างๆ เช่น หอก มีด ดาบ มาแข่งน้ำศักดิ์สิทธิ์จากบ่อน้ำทิพย์ แล้วให้ข้าราชการและประชาชนดื่ม จึงทำให้ชาวเมืองยึดถือความเชื่อศรัทธาสุจริตต่อชาติบ้านเมืองเป็นพื้นฐาน

เจดีย์วัดสวนตาลองค์เดิม เป็นเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์แบบสุโขทัย ต่อมา พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ พระเจ้าน่าน โปรดให้บูรณะ ขึ้นใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2457 ได้แก้ไขรูปทรงเป็นเจดีย์ยอดปรangk ตั้งที่เห็นในปัจจุบันจากรูปถ่ายเก่าเข้าใจว่า ส่วนฐานเป็นฐานหน้ากระดานสี่เหลี่ยมซ้อนกัน รองรับเรือนธาตุย่อเก็จ ซึ่งยังมีสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ ส่วนยอดเป็นพุ่มข้าวบิณฑ์ มีปล้องไฉน และปลียอด ตามแบบเจดีย์พุ่มข้าวบิณฑ์ศิลปะสุโขทัย (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 22: ร้านขายของสองข้างทางถนนสุมนเทวราช

ถนนสุมนเทวราช ชมร้านค้าสองข้างทาง

ถนนสุมนเทวราชถือเป็นถนนเศรษฐกิจของจังหวัดน่าน โดยสองข้างทางมีร้านค้าขายสินค้าพื้นเมืองของจังหวัดน่าน รวมถึงโรงแรม ที่พัก และธนาคาร อยู่สองข้างทาง โดยทุกๆ วันเสาร์ตั้งแต่เวลา 17.00 น. - 21.00 น. บนถนนเส้นนี้ตั้งแต่หน้าบริเวณวัดหัวเวียงไต้ยาวไปจนถึง ธนาคารกรุงไทย สาขาน่าน ชุมชนวัดหัวเวียงไต้ ได้จัดให้มีถนนคนเดิน โดยขายสินค้าหัตถกรรม อาหาร และสินค้าพื้นเมืองของชาวน่าน



รูปภาพที่ 23: วัดหัวเวียงใต้

วัดหัวเวียงใต้

วัดหัวเวียงใต้อายุกว่า 273 ปี เป็นวัดเก่าแก่ ก่อสร้างด้วยอิฐถือปูนหลังคาทรงมะลิลา ซึ่งเคยรุ่งเรืองในอดีต มีพระประธานเป็นปูนปั้นศิลปะแบบพม่าหน้าตัก 6 ศอก สูง 8 ศอก โดยหม่องสำ หรือ นายหม่อง วงศ์เครื่อง ชาวพม่า พ่อค้าไม้ สร้างถวายซึ่งในจังหวัดน่าน เหลืออยู่แค่ 2 วัด ที่วัดหัวเวียงใต้ และวัดกู่คำ และกำแพงวัดนี้มีอายุกว่า 160 ปี มีรูปพญานาค 2 ตัว เลื้อยอยู่บนกำแพง (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 24: โรงแรมพुकานันฟ้า



รูปภาพที่ 25: โรงแรมพुकานันฟ้า

โรงแรมพุกาน่านฟ้า

โรงแรมพุกาน่านฟ้า ความโดดเด่นของโรงแรมไม้ทั้งหลัง ศิลปะล้านนาโดยในอดีตได้มีชาวจีนเชื้อสายไหหลำได้สร้างโรงแรมไม้เล็กๆสองชั้นขึ้นมาบนที่ดิน 76 ตารางวา ถนนสุนทรเทวราช ในอำเภอเมืองน่าน ให้ชื่อว่าโรงแรม “น่ม เสง เอ็ง” และช่วงเวลาต่อมาได้เปลี่ยนเจ้าของกิจการมาเรื่อยๆ กระทั่งในปีพ.ศ. 2498 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นโรงแรมน่านฟ้า และทำการซ่อมแซมปรับเปลี่ยนให้เป็นอาคารสามชั้น โดยใช้ไม้หมดทั้งหลัง มีห้องพัก 14 ห้อง โดยไม้ที่นำมาก่อสร้างเป็นไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้เต็งรัง ไม้แดง และไม้ประดู่ ส่วนประตูหน้าต่างทำด้วยไม้สักทั้งหมด ปัจจุบันโรงแรมได้ถูกปรับปรุงและเปลี่ยนชื่อเป็น โรงแรม “พุกาน่านฟ้า” (โรงแรมพุกาน่านฟ้า จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 26: วัดช้างค้ำวรวิหาร



รูปภาพที่ 27: วัดช้างค้ำวรวิหาร

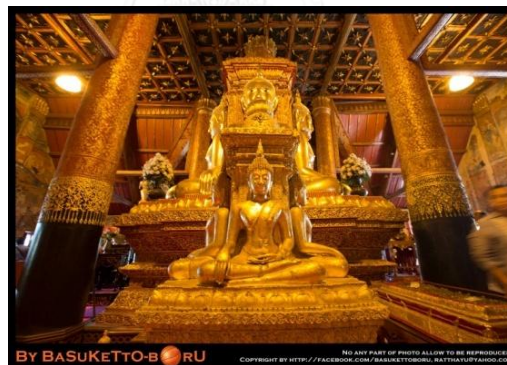
วัดช้างค้ำวรวิหารพระอารามหลวง (หรือวัดหลวงกลางเวียงที่มีหอไตรปฏิมาที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย)

วัดช้างค้ำวรวิหาร พระอารามหลวง เดิมเรียก “วัดหลวง” หรือ “วัดหลวงกลางเวียง” สร้างขึ้นในสมัยเจ้าปู่แข็ง พ.ศ. 1949 เป็นวัดหลวงในเขตนครน่าน สำหรับเจ้าผู้ครองนครน่านใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีสำคัญทางพระพุทธศาสนาและพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาตามศิลาจารึกหลักที่ 75 ซึ่งถูกค้นพบภายในวัดกล่าวว่า “พญาพลเทพฤาชัย” เจ้าเมืองน่านได้ปฏิสังขรณ์บูรณะวิหารหลวงเมื่อ พ.ศ.

2091 ลักษณะสถาปัตยกรรมของวัดพระธาตุช้างค้ำนี้ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของศิลปะสุโขทัย อาทิ เจดีย์ทรงลังกา (ทรงระฆัง) รอบฐานองค์พระเจดีย์ก่ออิฐถือปูนและปั้นเป็นรูปช้างครึ่งตัว ด้านละ 5 เชือก และที่มุมทั้งสี่อีก 4 เชือก ตุ๊กลาจะเอาหลังหนุน หรือ “ค้ำ” องค์เจดีย์ไว้ ลักษณะคล้ายวัดช้างล้อม จังหวัดสุโขทัย และภายในวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปสำริดยืนปางประทานอภัย อายุราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 19 ตรงกับสมัยสุโขทัยตอนปลาย มีลักษณะคล้ายพระพุทธรูปปางประทานอภัยที่ วัดราชธานี จังหวัดสุโขทัย พระประธานเป็นปูนปั้นขนาดใหญ่ศิลปะเชียงแสน ฝีมือสกุลช่างน่านที่มีพุทธลักษณะงดงามยิ่งของเมืองน่าน (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)



รูปภาพที่ 28: วัดภูมินทร์



รูปภาพที่ 29: พระทรงจักรมุข



รูปภาพที่ 30: ภาพจิตรกรรมฝาผนัง (ปู่ม่าน ย่าม่าน)

วัดภูมินทร์ (วัดทรงจัตุรมุขแห่งเดียวในประเทศไทยและภาพจิตรกรรมฝาผนังอันเลื่องชื่อ)

วัดภูมินทร์ เป็นวัดหลวง อยู่ใกล้กับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดน่าน ตามพงศาวดารของเมืองน่าน พระเจ้าเจตบุตรพรหมมินทร์เจ้าผู้ครองนครน่านได้สร้าง วัดภูมินทร์ ขึ้นหลังจากที่ครองนครน่านได้ 6 ปี เมื่อ พ.ศ. 2139 มีปรากฏในคัมภีร์เมืองเหนือว่าเดิมชื่อ “วัดพรหมมินทร์” แต่ตอนหลังชื่อวัดได้เพี้ยนไปจากเดิมเป็นวัดภูมินทร์จุดเด่นของวัดนี้คือเป็นวัดที่สร้างทรงจัตุรมุขหนึ่งเดียวในประเทศไทยที่ดูคล้ายตั้งอยู่บนหลังพญานาค 2 ตัว อาคารนี้เป็นทั้งพระอุโบสถ พระวิหารและพระเจดีย์ประธาน โดยใช้อาคารในแนวตะวันออก-ตะวันตกเป็นพระวิหาร และอาคารแนวเหนือ-ใต้ เป็นพระอุโบสถ รัฐบาลไทยเคยพิมพ์รูปวัดภูมินทร์ในธนบัตรใบละ 1 บาท ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ได้จำลองพระวิหารหลังนี้ไว้ด้วย

สามร้อยปีต่อมา วัดภูมินทร์ได้รับการบูรณะครั้งใหญ่สมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เมื่อ พ.ศ. 2510 (ปลายสมัยรัชกาลที่ 4) ใช้เวลาซ่อมมานานถึง 7 ปี จิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวงก็เขียนขึ้นในช่วงนี้ ภาพจิตรกรรมหรือ “ฮุบแต้ม” ในวัดภูมินทร์เป็นชาดกในพุทธศาสนาแต่ถ้าพิจารณารายละเอียดของวิถีชีวิตของคนเมืองในสมัยนั้น มีภาพที่น่าสนใจอยู่หลายภาพเช่น ภาพธรรมเนียมการอยู่ข่วง ของชาวไทลื้อ พ่อแม่ จะอนุญาตให้หนุ่มสาวพบปะกันที่ชานบ้านในเวลาค่ำ ขณะหญิงสาวกำลังปั่นฝ้าย หรือ “อยู่ข่วง” หากสาวเจ้าตกลงปลงใจด้วยก็จะจัดพิธีแต่งงาน หรือที่เรียกว่า “เอาคำไปป้องกัน” หรือเป็นทองแผ่นเดียวกัน การค้าขายแลกเปลี่ยนในชุมชน ภาพชาวพื้นเมือง ซึ่งอาจเป็นชาวเขา “เปืออะ” ของป่าบนศรีสะเก เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนกับคนเมือง ภาพปู้มาน ย่ามาน ภาพนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพที่งามเป็นเยี่ยมของวัดภูมินทร์ มีการใช้สีแดง ฟ้าดำ น้ำตาลเข้มเป็นพื้นใหญ่ๆ คล้ายภาพสมัยใหม่ ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเมืองน่าน หญิงสาวกำลังทอผ้าด้วยกี่พื้นเมือง นอกชานมีเรือนเล็กๆ ตั้งหม้อน้ำดินเผาที่เรียกว่า “ร้านน้ำ” ส่วนชายหนุ่มไว้ผมทรงหลักแจวหรือทรงมหาดไทย แสดงให้เห็นอิทธิพลตะวันตกที่เข้ามาผสมผสานในวิถีพื้นเมืองน่าน ภาพชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาเมืองน่านช่วงรัชกาลที่ 5 ทรงผม และเครื่องแต่งกายของผู้หญิงเป็นรูปแบบเดียวกับที่กำลังเป็นที่นิยมในยุโรปขณะนั้น (สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน, 2557)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรวิ กันเงิน (2550) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อพิจารณารายด้านได้แก่ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการบริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ 3) ด้านระยะทาง 4) ด้านที่พัก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านร้านอาหาร 7) ด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อจำแนกตามสถานที่พักและการพักค้างแรมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษารายได้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวนครั้งในการเดินทาง ลักษณะในการท่องเที่ยว รูปแบบในการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำนวนคืนในการพักและภูมิลำเนา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ทิพาพร โพธิ์ศรี (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการยอมรับคุณภาพของการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านช่วงอายุ อาชีพและสถานภาพสมรส ปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างก็มีความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมของการให้บริการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านบริการนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการยอมรับคุณภาพของการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พงศ์วัช ศรีจำนอง (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครทั้ง 4 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมล่องเรือเก็บขยะในลำคลอง 2) กิจกรรมสร้างแนวกันไฟ 3) กิจกรรมปลูกป่าชายเลน 4) กิจกรรมอาสาสร้างบ้านดินมีความคาดหวังในการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครสูงกว่าความพึงพอใจทั้ง 4 กิจกรรม

ณวิทย์ อ่องแสงชัยและคณะ (2555) ศึกษาเรื่องทรัพยากรด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรม ในเขตเทศบาลเมืองน่านเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรในด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมืองน่านทั้งสิ้น 378 หน่วยโดยแบ่งเป็นทรัพยากรทางด้านสถาปัตยกรรม 200 หน่วยทางด้านวัฒนธรรม 178 หน่วยและศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงบางชุมชนที่มีศักยภาพอยู่ในระดับดี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชุมชนที่อยู่ภายในเขตใจเมือง เช่น ชุมชนภูมินทร์ – ท่าลี่ ชุมชนมิ่งเมือง และชุมชนพญาภู การศึกษาพบทรัพยากรจำนวนมากซึ่งมีคุณค่าในเชิงศิลปะและประวัติศาสตร์แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เช่น พิพิธภัณฑสถานพระไม้ในวิหารวัดต่างๆ ที่พักอาศัยที่สร้างด้วยไม้ในชุมชนทางตอนเหนือของเขตเทศบาล ในขณะที่มีทรัพยากรบางประเภทที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวแต่มักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจอย่างจริงจังน้อยเนื่องจากสภาพแวดล้อมของสถานที่ยังไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น แนวกำแพงเมืองที่ได้รับการบูรณะทางตอนเหนือของใจเมือง แนวคูเมืองของเวียงเหนือ พื้นที่สาธารณะริมฝั่งแม่น้ำน่าน ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มักจะพบอยู่ในประเพณี การละเล่นและภูมิปัญญาพื้นถิ่น ในตัวบุคคลซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นที่รู้จักกันในวงแคบ เช่น พ่อนแก่น พอนมองเซิง และการแกะสลักพระไม้ เป็นต้น

ลักษณะของโครงสร้างของเมืองน่านที่มีลักษณะพื้นที่แคบยาวขนานไปตามทิศตะวันตกของเมือง โดยมีเขตเมืองเก่าอยู่ทางด้านใต้ซึ่งเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีชื่อเสียงของเมืองน่าน ในบริเวณใจเมืองก่อนที่จะเริ่มเดินทางไปเยี่ยมชมทรัพยากรอื่นๆ ในชุมชนต่อไป ทางด้านทิศเหนือของเมือง ดังนั้นการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะมีทิศทางในการขยายตัวจากด้านทิศใต้ไปยังทิศเหนือมากขึ้นเรื่อยๆ ควรที่จะพิจารณาการท่องเที่ยวที่เป็นวนรอบ ซึ่งสามารถสร้างเส้นทางวนรอบได้ตามระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเฉพาะบุคคลในทรัพยากรประเภทต่างๆ นอกเหนือจากตัวทรัพยากรเองแล้วสภาพแวดล้อมโดยรอบของทรัพยากรของเมืองและของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการเอาใจใส่ดูแล เพราะนอกเหนือจากการเยี่ยมชมสถานที่และทรัพยากรแต่ละแห่งแล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องเดินทางไปมาเพื่อพักผ่อนทานอาหารซื้อของที่ระลึก และเยี่ยมชมสภาพทั่วไปของเมือง การเดินทางไปมาจึงเกิดขึ้นดังนั้นสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามภายในเขตชุมชนและเมือง จึงสมควรได้รับการพัฒนาปรับปรุง ซึ่งเมืองน่านมีทรัพยากรต้นทุนที่สามารถพัฒนาให้เกิดภูมิทัศน์ที่สวยงามได้ในหลายๆ จุด เช่น บริเวณตามแนวกำแพงเมืองและคูเมืองเก่าต่างๆ มุมมององค์พระเจดีย์วัดสวนตาลตามแนวถนนผากอง และพื้นที่ของเมืองตามริมฝั่งแม่น้ำน่าน สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ การจัดทำมีคณกลางโดยสมควรมาจากคนในชุมชนซึ่งคนกลางดังกล่าวจะทำหน้าที่ประสานงานเชื่อมโยงความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ ที่มีเป้าประสงค์ในการทำงานที่แตกต่างกันเข้าด้วยกัน เพื่อยังประโยชน์ในการใช้สอยทรัพยากรให้เกิดกับชุมชนมากที่สุด

Lumsdon (2006) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ องค์ประกอบที่มีผลต่อการออกแบบการให้บริการรถนำเที่ยวชมเมืองในเขตอุทยาน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวมากกว่ารถสาธารณะ ซึ่งยังไม่ครอบคลุม ถึงแม้ว่ารัฐบาลอังกฤษจะมีนโยบายกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น เพื่อลดปัญหาในด้านต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการออกแบบรถประจำทางที่มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีการคัดเลือกโดยวิธีการลูกบอลหิมะ (snowball) หรือการขอความช่วยเหลือจากผู้สัมภาษณ์ให้ทำการแนะนำผู้เชี่ยวชาญที่เคยมีประสบการณ์ออกแบบรถท่องเที่ยวชมเมือง โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 51 คน สัมภาษณ์โดยการตั้งคำถามและทำการบันทึกคำตอบลงในสมุดบันทึก พร้อมทำการบันทึกเสียงในระหว่างที่ทำการสัมภาษณ์ โดยแยกคำถามออกเป็น 7 กลุ่ม คือ 1) การออกแบบการเข้าถึงสถานที่ 2) การจัดการระบบจราจร 3) การเวนคืนที่ดิน 4) การพัฒนาขยายการตลาด 5) มาตรฐานการออกแบบ 6) การบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว 7) การจับมือทางธุรกิจ ผลจากการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อการออกแบบรถท่องเที่ยวชมเมืองคือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลเชิงลึก ความปลอดภัยส่วนบุคคล และความน่าเชื่อถือของรถท่องเที่ยวชมเมือง แต่ยังมีบางตัวแปรที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา เช่น ความไม่แน่นอนเรื่องเวลา การเดินทางร่วมกับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก เป็นต้น งานวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอังกฤษเป็นหลัก

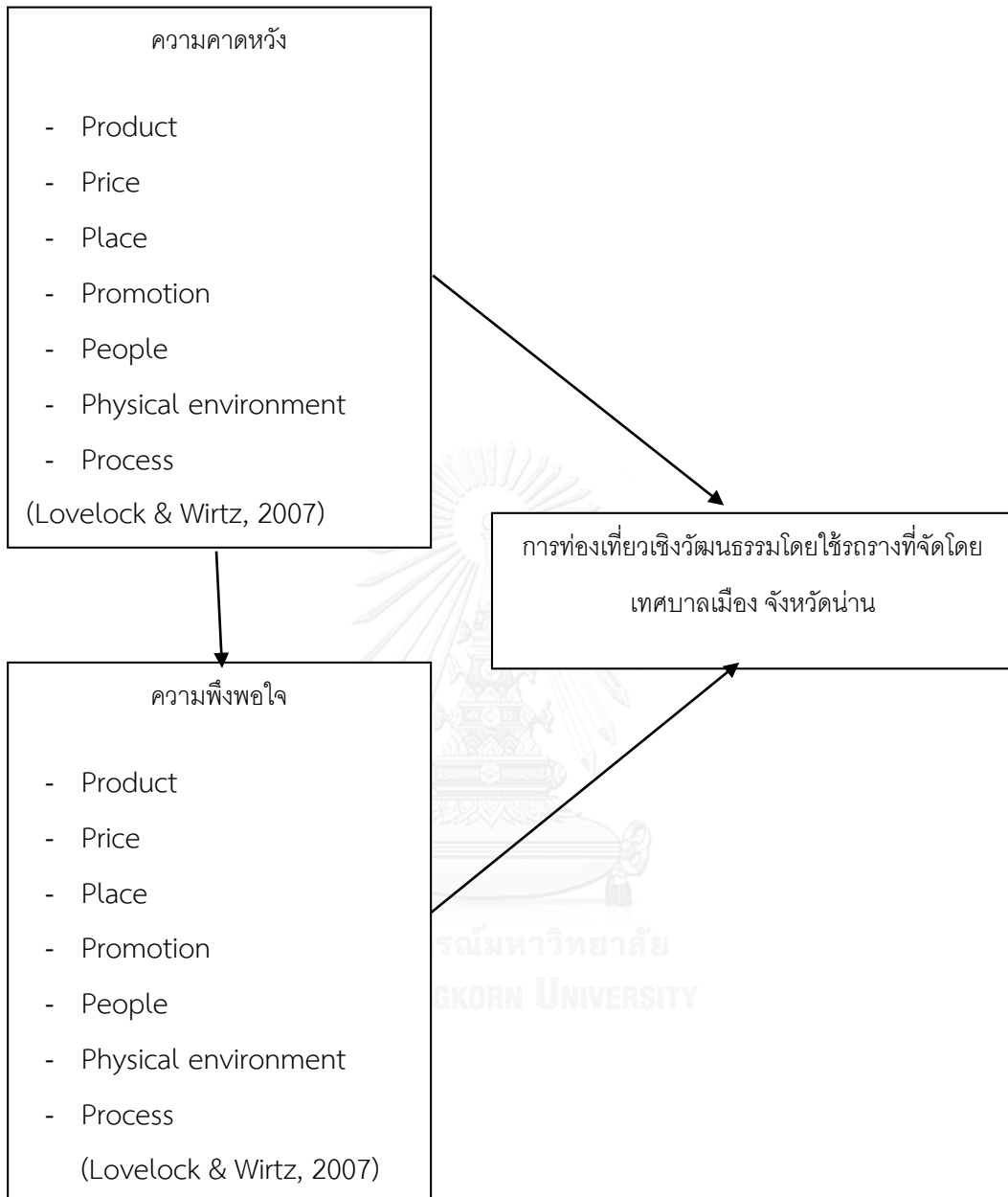
Dalton (2011) ได้ศึกษาถึง กรอบการพัฒนาภายใต้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า ภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น การวิจัยจะประสบผลสำเร็จต้องมาจากการศึกษาภายใต้ความเข้าใจที่ถ่องแท้ ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และธรรมชาติควบคู่กันไป โดยได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เข้าใจธรรมชาติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) เข้าใจองค์ประกอบ ส่วนประกอบ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน 3) สร้างกรอบแนวคิดภายใต้กระบวนการพัฒนาเพื่อเพิ่มจุดสนใจให้แก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Atherton (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ รหัสหมายเลข 7 สู่สวรรค์: การวิเคราะห์วัฒนธรรมของรกร้างที่มีต่อการดำรงชีวิต จากการศึกษา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องระหว่างรกร้างกับผู้คน และ รกร้างกับเมือง ซึ่งจากการทดลองใช้บริการเองเพื่อช่วยให้การวิเคราะห์สามารถมองเห็นภาพชัดเจนขึ้น และพยายามตั้งคำถามขึ้นมา โดยสรุปได้ดังนี้ การเดินทางด้วยรกร้างช่วยให้เห็นทัศนียภาพรอบๆ ได้ชัดเจนกว่า เนื่องด้วยความเร็วที่ใช้ในการวิ่งที่คงที่ ก่อให้เกิดความปลอดภัย

สูง รถรางสามารถเข้าถึงสถานที่ อาทิ แหล่งซื้อสินค้า ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว โดยรถรางจะจอด
ยังบริเวณขอบถนนที่สามารถเดินเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ทันที รวมถึงรถรางจะไม่วิ่งออกนอก
เส้นทาง เพราะรถรางจะต้องมีรางเฉพาะในการเคลื่อนที่เท่านั้น ดังนั้นการออกนอกเส้นทางจึงเป็นสิ่งที่
ที่เป็นไปได้ยากมากสำหรับรถราง



กรอบแนวความคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 31: แสดงภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่านโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แบ่งออกเป็นสองลักษณะตามแหล่งข้อมูลคือ
 - 1.1 ข้อมูลบริบทและสภาพของท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ และข้อมูลพื้นฐานทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อการประเมินศักยภาพของพื้นที่ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.2 ข้อมูลบริบทพื้นที่ข้อมูลศักยภาพของพื้นที่ ข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลปัญหาการท่องเที่ยว ข้อมูลการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบกิจกรรมรถรางนำเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้แบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลเสริมการประกอบวิจัยหรือข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทยของ (ทิพาพร โพธิ์ศรี, 2550) ซึ่งเป็นเอกสารทางวิชาการวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยเรื่องทรัพยากรด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมืองน่านเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ณวิทย์ อ่องแสงชัยและคณะ, 2555) อนุสาร อ.ส.ท. นิตยสารเพลสแอนด์ไพร์ส (Places & Prices) หรือ thai.tourismthailand.org ซึ่งเป็น

บริการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือเหมาะสมต่อการนำไปใช้เป็นอย่างยิ่ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและหญิงที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน สามารถระบุจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้ตามข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 100,356 คน (ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน, 2556) โดยได้ทำการกำหนดขนาดของการวิจัยครั้งนี้ ด้วยการใช้สูตรในการคำนวณ เนื่องด้วยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) ตามวิธีของยามานะ (Yamane, 1973) โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ \text{เมื่อ} \quad n &= \text{จำนวนคน} \\ N &= \text{ขนาดของประชากร} \\ e &= \text{ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น ด้วยขนาดประชากร 100,356คน ขนาดที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{100,356}{1+100,356(0.05)^2} \\ n &= 398.41 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 398 แต่เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสามารถแทนทุกส่วนประชากรได้ ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

1. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้

1.1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

1.2 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถามจนครบ 400 คน

2. เกณฑ์การคัดเลือกและคัดออก

เกณฑ์การคัดเลือก

1. ต้องมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง
2. ผู้ที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน
3. ผู้มีส่วนร่วมที่สมัครใจและพร้อมให้ความร่วมมือในการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก

1. ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ มีรูปแบบในการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaires) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) และถิ่นที่อยู่/พำนัก ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมาก

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

(วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงว่าระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงว่าระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แสดงว่าระดับความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แสดงว่าระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงว่าระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้นำหน้าห้คะแนนดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง ความคิดเห็นน้อยที่สุด

ระดับ 2 หมายถึง ความคิดเห็นน้อย

ระดับ 3 หมายถึง ความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 4 หมายถึง ความคิดเห็นมาก

ระดับ 5 หมายถึง ความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

(วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

| | | |
|-------------|-------------|-----------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | แสดงว่าระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | แสดงว่าระดับความคิดเห็นน้อย |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | แสดงว่าระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | แสดงว่าระดับความคิดเห็นมาก |
| คะแนนเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | แสดงว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด |

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบบปลายเปิด

เมื่อทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จ นำแบบสอบถามดังกล่าวทำการปรับปรุงและแก้ไข โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (สิทธิ ธีรสรณ์, 2552) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้ ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำนี้ หลังจากที่ได้นำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบพบว่า ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 0.84 ซึ่งถือว่าเพียงพอ และข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้

หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยง หรือความสอดคล้องภายใน โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ยุทธ ไกยวรรณ และกุสุมา ผลพรม, 2553) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 30 ชุดไปทำการทดลองใช้กับผู้ให้บริการรถรางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในบริเวณศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูล ในวันที่ 5 ธันวาคม 2557 ตั้งแต่เวลา 11.00 น. และได้นำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค พบว่า แบบทดสอบดังกล่าวมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.86 ถือว่าเป็นค่าที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ

ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ติดต่อและได้รับอนุญาตจาก ผู้อำนวยการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่านเพื่อเก็บข้อมูลแล้ว โดย ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) หลังจากให้นักท่องเที่ยวใช้บริการรถรางเสร็จสิ้นแล้วและรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม โดยทำการเก็บในระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน 50 คน เนื่องจากเป็นวันธรรมดา มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการน้อยกว่าวันหยุดสุดสัปดาห์ ทางเทศบาลจึงให้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวันธรรมดวันละ 1 ช่วงเวลา คือ ช่วงบ่าย (15.30-16.15 น.) และเก็บข้อมูลวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 50 คน โดยเก็บเป็น 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า (10.30-11.15น.) และช่วงบ่าย (15.30-16.15 น.) เนื่องจากวันเสาร์ และอาทิตย์เป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามาก ทางเทศบาลจึงให้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวันละ 2 รอบ โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลในงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากการออกเก็บข้อมูล โดยแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เป็นการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน แสดงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบสมมติฐานคือ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.01 โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ความคาดหวังและความพึงพอใจมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ว่าตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์หรือไม่ ระดับใด และสัมพันธ์กันอย่างไร แต่จะไม่แปลว่าตัวแปรหนึ่งเป็นสาเหตุของอีกตัวแปรหนึ่งหรือตัวแปร 2 ตัวนั้นเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน

- 1) ค่า r เป็นลบแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือถ้า X เพิ่ม Y จะลดถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
- 2) ค่า r เป็นบวกแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
- 3) ค่า r เข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ค่า r เข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ค่า r = 0 หมายถึง X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
- 6) ค่า r เข้าใกล้ 0 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์, 2542)

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) | ระดับความสัมพันธ์ |
|-------------------------------|---------------------------|
| 0.81 – 1.00 | มีความสัมพันธ์สูง |
| 0.61 – 0.80 | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง |
| 0.41 – 0.60 | มีความสัมพันธ์ปานกลาง |
| 0.21 – 0.40 | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ |
| 0.01 – 0.20 | มีความสัมพันธ์ต่ำ |



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมืองจังหวัดน่าน และความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความเข้าใจ ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.01

| | |
|---------------------|--|
| n | แทน จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{x} | แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง |
| SD | แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| B | แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ |
| Beta | แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน |
| R^2 | แทน ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายพหุ หรือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ |
| F-value | แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ |
| t | แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution |
| sig | แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ |
| ** | แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 |
| Pearson Correlation | แทน สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน |

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางและการอธิบายประกอบ โดยแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประวัติการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) และถิ่นที่อยู่/พำนัก ด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | นักท่องเที่ยวชาวไทย | |
|--------------------------------|---------------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. เพศ | | |
| เพศชาย | 173 | 43.20 |
| เพศหญิง | 227 | 56.80 |
| รวม | 400 | 100.00 |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | นักท่องเที่ยวชาวไทย | |
|--------------------------------|---------------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ |
| 2. อายุ | | |
| 20-29 ปี | 225 | 56.2 |
| 30-39 ปี | 98 | 24.5 |
| 40-49 ปี | 51 | 12.8 |
| 50-59 ปี | 20 | 5.0 |
| 60 ปีขึ้นไป | 6 | 1.5 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 3. ระดับการศึกษาสูงสุด | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 109 | 27.3 |
| ปริญญาตรี | 274 | 68.5 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 17 | 4.2 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 4. อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | 111 | 27.7 |
| รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 67 | 16.8 |
| เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป | 0 | 0 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 183 | 45.7 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 39 | 9.8 |
| อื่นๆ | 0 | 0 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| 10,000 บาท หรือต่ำกว่า | 3 | 0.8 |
| 10,001-20,000 บาท | 174 | 43.5 |
| 20,001-30,000 บาท | 123 | 30.7 |
| ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป | 100 | 25.0 |
| รวม | 400 | 100.00 |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | นักท่องเที่ยวชาวไทย | |
|---|---------------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ |
| 6. ประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) | | |
| เที่ยวครั้งแรก | 272 | 68.0 |
| 2-3 ครั้ง | 126 | 31.5 |
| 4-6 ครั้ง | 2 | 0.5 |
| มากกว่า 7 ครั้ง | 0 | 0 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 7. ถิ่นที่อยู่ / พำนัก | | |
| ภาคเหนือ | 51 | 12.7 |
| ภาคกลาง | 28 | 7 |
| ภาคใต้ | 18 | 4.5 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 40 | 10 |
| ภาคตะวันตก | 18 | 4.5 |
| ภาคตะวันออก | 39 | 9.8 |
| กรุงเทพมหานคร | 206 | 51.5 |
| อื่นๆ | 0 | 0 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 โดยมีอายุ ในช่วง 20-29 ปี มากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ที่เหลือคือ อายุสูงกว่า 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ในด้านระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่ คือปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 ที่เหลือคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ในด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70 รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ที่เหลือคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 รายได้มากกว่า 30,001 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่เหลือคือ รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ในด้านประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) ส่วนใหญ่เที่ยวครั้งแรก จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ที่เหลือคือ เที่ยว 4-6 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ในด้านถิ่นที่อยู่/พำนัก ส่วนใหญ่อยู่กรุงเทพมหานคร จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ภาคตะวันออก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ภาคกลาง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ที่เหลือคือภาคตะวันตก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และ ภาคใต้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ตารางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ตารางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ตารางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

| ความคาดหวัง (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|--------------------------|-----------|------|------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.98 | 0.05 | มากที่สุด |
| ด้านราคา | 4.99 | 0.07 | มากที่สุด |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 4.98 | 0.07 | มากที่สุด |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.98 | 0.09 | มากที่สุด |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 4.98 | 0.08 | มากที่สุด |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.97 | 0.10 | มากที่สุด |
| ด้านกระบวนการ | 4.97 | 0.09 | มากที่สุด |
| รวม | 4.97 | 0.36 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ตารางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังโดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังรายด้านพบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.07) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.09) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.08) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.07) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.05) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.10) และด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์

| ความคาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. รถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.98 | 0.20 | มากที่สุด |
| 2. รถรางมีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| 3. รถรางมีสภาพใหม่ และได้รับการดูแลอยู่เสมอ | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 4. รถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป | 4.99 | 0.11 | มากที่สุด |
| 5. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | 4.99 | 0.10 | มากที่สุด |
| 6. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม | 4.98 | 0.13 | มากที่สุด |
| 7. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| รวม | 4.98 | 0.05 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 3 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุดในทุกข้อ (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.05) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่ารถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป (\bar{x} =4.99, S.D.= 0.11) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (\bar{x} =4.99, S.D.= 0.10) รถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.20) รถรางมีสภาพใหม่และได้รับการดูแลอยู่เสมอ (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.15) แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.13) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ (\bar{x} =4.97, S.D.= 0.16) และรถรางมีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน (\bar{x} =4.97, S.D.= 0.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา

| ความคาดหวัง | | | |
|------------------------------------|-----------|------|------------------|
| ด้านราคา (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
| 1. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน | 4.98 | 0.13 | มากที่สุด |
| 2. ราคาในการใช้บริการเหมาะสม | 4.99 | 0.12 | มากที่สุด |
| 3. ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า | 4.99 | 0.10 | มากที่สุด |
| รวม | 4.99 | 0.07 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.07) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่า ราคาในการใช้บริการมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.12) ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.10) และมีป้ายแสดงป้ายราคาชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ความคาดหวัง | | | |
|---|-----------|------|------------------|
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
| 1. สามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ | 4.99 | 0.10 | มากที่สุด |
| 2. มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 3. สถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 4. สามารถชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาทิ จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบการใช้ | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| รวม | 4.98 | 0.07 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 5 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.07) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังที่จะสามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.10) มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) สถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) และสถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด

| ความคาดหวัง ด้านการส่งเสริมการตลาด (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|---|-----------|------|------------------|
| 1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ | 4.97 | 0.17 | มากที่สุด |
| 2. มีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่ คณะ | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 3. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะ จอดให้ชม | 4.98 | 0.13 | มากที่สุด |
| รวม | 4.98 | 0.09 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 6 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.09) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้มีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.13) และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

| ความคาดหวัง ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. บุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| 2. บุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว | 4.98 | 0.14 | มากที่สุด |
| 3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยาย ประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถาม ได้อย่างชัดเจน | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 4. บุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับ อย่างอบอุ่น | 4.98 | 0.13 | มากที่สุด |
| รวม | 4.98 | 0.08 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 7 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) บุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.14) บุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.13) และบุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ

| ความคาดหวัง ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. สถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว | 4.98 | 0.17 | มากที่สุด |
| 2. สถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักมาก่อน | 4.97 | 0.17 | มากที่สุด |
| 3. ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 4.97 | 0.17 | มากที่สุด |
| 4. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 4.98 | 0.14 | มากที่สุด |
| รวม | 4.97 | 0.10 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 8 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังสถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.17) ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.14) ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.17) และสถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักมาก่อน ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ

| ความคาดหวัง ด้านกระบวนการ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคาดหวัง |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| 2. อธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆได้ชัดเจน | 4.98 | 0.15 | มากที่สุด |
| 3. รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด | 4.98 | 0.16 | มากที่สุด |
| 4. ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ | 4.97 | 0.16 | มากที่สุด |
| รวม | 4.97 | 0.09 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 9 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.16) อธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆได้ชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.15) ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.16) และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.16) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

| ความพึงพอใจ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------|-----------|------|------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.93 | 0.11 | มากที่สุด |
| ด้านราคา | 4.99 | 0.06 | มากที่สุด |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 1.07 | 0.11 | น้อยที่สุด |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.11 | 0.23 | ปานกลาง |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 4.98 | 0.17 | มากที่สุด |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.13 | 0.17 | มาก |
| ด้านกระบวนการ | 4.05 | 0.51 | มาก |
| รวม | 3.89 | 0.08 | มาก |

จากตารางที่ 10 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (\bar{x} = 3.89, S.D. = 0.08) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ด้านคือ ด้านราคา (\bar{x} = 4.99, S.D. = 0.06) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (\bar{x} = 4.98, S.D. = 0.17) และด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{x} = 4.93, S.D. = 0.11) ตามลำดับ มีความพึงพอใจมากจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.17) และด้านกระบวนการ (\bar{x} = 4.05, S.D. = 0.51) มีความพึงพอใจปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{x} = 3.11, S.D. = 0.23) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 1.07, S.D. = 0.11)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์

| ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. รถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 4.84 | 0.37 | มากที่สุด |
| 2. รถรางมีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน | 4.97 | 0.17 | มากที่สุด |
| 3. รถรางมีสภาพใหม่ และได้รับการดูแลอยู่เสมอ | 4.95 | 0.22 | มากที่สุด |
| 4. รถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป | 4.94 | 0.23 | มากที่สุด |
| 5. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | 4.94 | 0.23 | มากที่สุด |
| 6. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม | 4.96 | 0.20 | มากที่สุด |
| 7. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ | 4.96 | 0.20 | มากที่สุด |
| รวม | 4.93 | 0.11 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 11 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ($\bar{x} = 4.93$, S.D.= 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกข้อ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความพึงพอใจมากที่สุดต่อรถรางที่มีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.17) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ ($\bar{x} = 4.96$, S.D.= 0.20) แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.96$, S.D.= 0.20) รถรางมีสภาพใหม่ และได้รับการดูแลอยู่เสมอ ($\bar{x} = 4.95$, S.D.= 0.22) รถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป ($\bar{x} = 4.94$, S.D.= 0.23) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.93$, S.D.= 0.23) และรถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.84$, S.D.= 0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา

| ความพึงพอใจ ด้านราคา (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน | 5.00 | 0.71 | มากที่สุด |
| 2. ราคาในการใช้บริการเหมาะสม | 4.99 | 0.11 | มากที่สุด |
| 3. ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า | 4.99 | 0.10 | มากที่สุด |
| รวม | 4.99 | 0.06 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 12 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ คือ มีป้ายที่แสดงราคาชัดเจน ($\bar{x} = 5.00$, S.D.= 0.71) ราคาในการใช้บริการเหมาะสม ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.11) และราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-----------|------|------------------|
| 1. สามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ | 1.00 | 0.00 | น้อยที่สุด |
| 2. มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ | 1.00 | 0.00 | น้อยที่สุด |
| 3. สถานที่จัดจำหน่ายตัวมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ | 1.30 | 0.46 | น้อยที่สุด |
| 4. สามารถชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาทิ จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบการใช้ | 1.00 | 0.00 | น้อยที่สุด |
| รวม | 1.07 | 0.11 | น้อยที่สุด |

จากตารางที่ 13 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจน้อยที่สุดทุกข้อ คือ ($\bar{x} = 1.07$, S.D.= 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อสถานที่จัดจำหน่ายตัว มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 1.30$, S.D.= 0.46) สามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ ($\bar{x} = 1.00$, S.D.= 0.00) มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ ($\bar{x} = 1.00$, S.D.= 0.00) และสามารถชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาทิ จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบการใช้ ($\bar{x} = 1.00$, S.D.= 0.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด

| ความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ | 3.62 | 0.53 | มาก |
| 2. มีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่ คณะ | 1.00 | 0.00 | น้อยที่สุด |
| 3. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม | 3.62 | 0.45 | มาก |
| รวม | 3.11 | 0.23 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 14 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$, S.D.= 0.23) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจมากจำนวน 2 ข้อ คือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 3.62$, S.D.= 0.53) และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม ($\bar{x} = 3.62$, S.D.= 0.45) ตามลำดับ และมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ ($\bar{x} = 1.00$, S.D.= 0.00)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

| ความพึงพอใจ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. บุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ | 4.98 | 0.16 | มากที่สุด |
| 2. บุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว | 4.99 | 0.11 | มากที่สุด |
| 3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน | 4.99 | 0.11 | มากที่สุด |
| 4. บุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น | 4.97 | 0.18 | มากที่สุด |
| รวม | 4.98 | 0.17 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 15 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ คือ (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดต่อบุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว (\bar{x} =4.99, S.D.= 0.11) บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน (\bar{x} =4.99, S.D.= 0.11) บุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ (\bar{x} =4.98, S.D.= 0.16) และบุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น (\bar{x} =4.97, S.D.= 0.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ

| ความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. สถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว | 4.23 | 0.42 | มากที่สุด |
| 2. สถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักมาก่อน | 4.10 | 0.30 | มาก |
| 3. ความร่มรื่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 4.16 | 0.37 | มาก |
| 4. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 4.02 | 0.13 | มาก |
| รวม | 4.13 | 0.17 | มาก |

จากตารางที่ 16 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.17) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.42) มีระดับความพึงพอใจมากจำนวน 3 ข้อ คือ ความร่มรื่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.37) สถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมาก่อน ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.30) และความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ

| ความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว | 4.67 | 0.47 | มากที่สุด |
| 2. อธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆได้ชัดเจน | 4.71 | 0.45 | มากที่สุด |
| 3. รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด | 3.37 | 1.47 | ปานกลาง |
| 4. ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ | 3.46 | 1.33 | มาก |
| รวม | 4.05 | 0.51 | มาก |

จากตารางที่ 17 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D.= 0.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 2 ข้อ คือการอธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆ ได้ชัดเจน ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.45) และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.67$, S.D.= 0.47) ตามลำดับ มีระดับความพึงพอใจมากต่อระบบการซื้อบัตรรถรางให้มีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.46$, S.D.= 1.33) และมีระดับความพึงพอใจปานกลางจำนวน 1 ข้อ คือ รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{x} = 3.37$, S.D.= 1.47)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

| การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้บริการรถราง ที่จัดโดยเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน (n = 400) | \bar{x} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|-----------|------|------------------|
| 1. ใช้บริการเพื่อต้องการเพิ่มความความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ภายในจังหวัดน่าน | 3.91 | 0.29 | มาก |
| 2. ใช้บริการเพราะต้องการทราบประวัติของแต่ละสถานที่ อย่างถ่องแท้ | 3.49 | 0.77 | มาก |
| 3. ใช้บริการเพราะต้องการทดลองเดินทางโดยใช้รถราง | 4.81 | 0.39 | มากที่สุด |
| 4. ใช้บริการเพราะราคาเหมาะสม | 4.89 | 0.32 | มากที่สุด |
| 5. ใช้บริการเพราะมีความปลอดภัยในการเดินทาง | 4.73 | 0.57 | มากที่สุด |
| 6. ใช้บริการเพราะต้องการรำลึกถึงบรรยากาศการเดินทาง ด้วยรถราง | 2.19 | 0.70 | ปานกลาง |
| 7. ใช้บริการเพราะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีของการเดินทาง | 3.81 | 0.51 | มาก |
| 8. ใช้บริการเพราะช่วยลดมลพิษด้านการท่องเที่ยว | 3.90 | 0.31 | มาก |
| รวม | 3.97 | 0.19 | มาก |

จากตารางที่ 18 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D.= 0.19) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ คือ การใช้บริการเพราะราคาเหมาะสม ($\bar{x} = 4.89$, S.D.= 0.32) ใช้บริการเพราะ

ต้องการทดลองเดินทางโดยใช้รถราง ($\bar{x} = 4.81, S.D.= 0.39$) และใช้บริการเพราะมีความปลอดภัยในการเดินทาง ($\bar{x} = 4.73, S.D.= 0.57$) ตามลำดับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ คือ ใช้บริการเพื่อต้องการเพิ่มความความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน ($\bar{x} = 3.91, S.D.= 0.29$) ใช้บริการเพราะช่วยลดมลพิษด้านการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90, S.D.= 0.31$) ใช้บริการเพราะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีของการเดินทาง ($\bar{x} = 3.81, S.D.= 0.51$) และใช้บริการเพราะต้องการทราบประวัติของแต่ละสถานที่อย่างถ่องแท้ ($\bar{x} = 3.49, S.D.= 0.77$) ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ การใช้บริการเพราะต้องการรำลึกถึงบรรยากาศการเดินทางด้วยรถราง ($\bar{x} = 2.91, S.D.= 0.70$)



ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ตารางที่จัดโดยเทศบาลเมืองจังหวัดน่าน

ตารางที่ 19 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามปลายเปิด

| ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในอนาคต | ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบคำถามปลายเปิด (n = 89) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน) |
|---|---|
| 1. เมื่อมาเป็นหมู่คณะควรมีราคาพิเศษสำหรับเช่าเหมารถราง | 45 |
| 2. รถรางควรออกให้ตรงเวลาตามที่แจ้งไว้ | 86 |
| 3. ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว | 2 |
| 4. ควรเพิ่มการโฆษณา เอกสารประชาสัมพันธ์รถรางนำเที่ยว | 7 |
| 5. ควรให้มีบริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ | 16 |
| 6. เพิ่มจุดบริการสำหรับซื้อตั๋วรถราง | 8 |
| 7. ควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการอยู่ตลอดเวลา | 16 |
| 8. ควรเอกสารแนะนำการท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน | 4 |
| 9. ควรเพิ่มพื้นที่นั่งสำหรับรอรอบในการใช้บริการรถราง | 13 |
| 10. ควรมีเจ้าหน้าที่ หรือคนในชุมชนมาดูแล ควบคุมการจราจร บริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว | 3 |

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

| ความคาดหวัง | Beta | t | sig |
|--------------------------|--------|--------|-------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 0.052 | 0.300 | 0.764 |
| ด้านราคา | -0.031 | -0.238 | 0.812 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | -0.111 | -0.859 | 0.391 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 0.078 | 0.778 | 0.437 |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 0.112 | 0.977 | 0.329 |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 0.081 | 0.808 | 0.420 |
| ด้านกระบวนการ | 0.183 | 1.632 | 0.104 |

R² = 0.017, F-Value = 0.949, n = 400

จากตาราง 20 พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

**สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม**

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

| ความพึงพอใจ | Beta | t | Sig |
|--------------------------|--------|--------|-------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 0.042 | 0.460 | 0.646 |
| ด้านราคา | -0.144 | -0.980 | 0.328 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | -0.052 | -0.634 | 0.527 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 0.015 | 0.381 | 0.704 |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | -0.166 | -1.282 | 0.201 |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | -0.040 | -0.725 | 0.469 |
| ด้านกระบวนการ | 0.029 | -1.608 | 0.109 |

R² = 0.127, F-Value = 0.912, n = 400

จากตารางที่ 21 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

| ความคาดหวัง | ความพึงพอใจ | | |
|--------------------------|---------------------|---------|-------------------|
| | Pearson Correlation | Sig. | ระดับความสัมพันธ์ |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 0.077 | 0.123 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านราคา | -0.029 | 0.569 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | -0.070 | 0.161 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | -0.003 | 0.960 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 0.054 | 0.277 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 0.002 | 0.967 | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ด้านกระบวนการ | 0.153 | 0.002** | ต่ำ |
| รวม | -0.079 | 0.113 | ไม่มีความสัมพันธ์ |

** Sig <0.01

จากตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ความสัมพันธ์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่านโดยภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปได้ว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้
รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัด
น่าน โดยรวม จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการสถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณขนาดของตัวอย่างที่ทราบจำนวนแน่นอน (Finite Population) ตามวิธียามานะ (Yamane, 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน และความคิดเห็นรวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) และถิ่นที่อยู่/พำนัก ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้สถานที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบปลายเปิด

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบและปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านเป็นผู้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความ

สอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ค่าความตรงการตรวจสอบด้วยการหาค่า IOC เท่ากับ 0.84 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability Test) โดยทำการแจกจ่ายกับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง โดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟาโดยแบบสอบถามที่ใช้วัดได้ค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ 0.86

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย โดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม พ.ศ.2558 โดยทำการเก็บในระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน 50 คน เนื่องจากเป็นวันธรรมดา มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการน้อยกว่าวันหยุดสุดสัปดาห์ ทางเทศบาลจึงให้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวันธรรมดวันละ 1 ช่วงเวลา คือ ช่วงบ่าย (15.30-16.15 น.) และเก็บข้อมูลวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 50 คน โดยเก็บเป็น 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงเช้า (10.30-11.15น.) และช่วงบ่าย (15.30-16.15 น.) เนื่องจากวันเสาร์ และอาทิตย์เป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามาก ทางเทศบาลจึงให้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวันละ 2 รอบ โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการลงรหัส ป้อนข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการตรวจสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.80 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.20 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรีแล้วคิดเป็นร้อยละ 68.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.7 และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ ในด้านประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี) ส่วนใหญ่ เที่ยวครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 68.00 และในด้านถิ่นที่อยู่/พำนัก ส่วนใหญ่ อยู่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 51.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังโดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาระดับความคาดหวังรายด้านพบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.07) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.09) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.08) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.07) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.05) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.10) และด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.09) ตามลำดับสามารถจำแนกได้ดังนี้ คือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.07) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่าราคาในการใช้บริการมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.12) ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.10) และมีป้ายแสดงป้ายราคาชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.13) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.09) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้มีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.15) มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.13) และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.17) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านบุคลากรที่ให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.15) บุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.14) บุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.13) และบุคลากรมีคุณภาพในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.16) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.07) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังที่จะสามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.10) มีบริการให้

คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) สถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) และสถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุดในทุกข้อ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.05) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่ารถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.11) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.10) รถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.20) รถรางมีสภาพใหม่และได้รับการดูแลอยู่เสมอ ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.13) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.16) และรถรางมีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.16) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังสถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.17) ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.14) ความร่มรื่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.17) และสถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง และเป็นที่ยูู้จักมาก่อน ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.17) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับคาดหวังมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังให้รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.16) อธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆ ได้ชัดเจน ($\bar{x} = 4.98$, S.D.= 0.15) ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.16) และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.97$, S.D.= 0.16) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D.= 0.08) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ด้านคือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.99$, S.D.= 0.06)

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.17) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.93$, S.D. = 0.11) ตามลำดับ มีความพึงพอใจมากจำนวน 2 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.17) และด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.51) มีความพึงพอใจปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.11$, S.D. = 0.23) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 1.07$, S.D. = 0.11) สามารถจำแนกได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ คือ ป้ายแสดงราคาชัดเจน ($\bar{x} = 5.00$, S.D. = 0.71) ราคาในการใช้บริการเหมาะสม ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.11) และราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.10) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ คือ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดต่อบุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.11) บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.99$, S.D. = 0.11) บุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.98$, S.D. = 0.16) และบุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.18) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คือ ($\bar{x} = 4.93$, S.D. = 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกข้อ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความพึงพอใจมากที่สุดต่อรถรางที่มีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.17) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ ($\bar{x} = 4.96$, S.D. = 0.20) แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.96$, S.D. = 0.20) รถรางมีสภาพใหม่ และได้รับการดูแลอยู่เสมอ ($\bar{x} = 4.95$, S.D. = 0.22) รถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป ($\bar{x} = 4.94$, S.D. = 0.23) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.93$, S.D. = 0.23) และรถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.37) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.17) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สถานที่ที่น่าชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.42) มีระดับความพึงพอใจมากจำนวน 3 ข้อ คือ ความร่มรื่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.37) สถานที่ที่น่าชมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมาก่อน ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.30) และความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.13) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 2 ข้อ คือการอธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆ ได้ชัดเจน ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.45) และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ มีระดับความพึงพอใจมากต่อระบบการซื้อบัตรรถรางให้มีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 1.33) และมีระดับความพึงพอใจปานกลางจำนวน 1 ข้อ คือ รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ($\bar{x} = 3.37$, S.D. = 1.47)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$, S.D. = 0.23) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจมากจำนวน 2 ข้อ คือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.53) และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ และมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ ($\bar{x} = 1.00$, S.D. = 0.00)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจน้อยที่สุดทุกข้อ คือ ($\bar{x} = 1.07$, S.D. = 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อสถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ($\bar{x} = 1.30$, S.D. = 0.46) สามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ ($\bar{x} = 1.00$, S.D. = 0.00) มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ ($\bar{x} = 1.00$, S.D. = 0.00) และสามารถชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาทิ จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบการใช้ ($\bar{x} = 1.00$, S.D. = 0.00) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.19) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ คือ การใช้บริการเพราะ

ราคาเหมาะสม ($\bar{x} = 4.89$, S.D.= 0.32) ใช้บริการเพราะต้องการทดลองเดินทางโดยใช้รถราง ($\bar{x} = 4.81$, S.D.= 0.39) และใช้บริการเพราะมีความปลอดภัยในการเดินทาง ($\bar{x} = 4.73$, S.D.= 0.57) ตามลำดับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ คือ ใช้บริการเพื่อต้องการเพิ่มความความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน ($\bar{x} = 3.91$, S.D.= 0.29) ใช้บริการเพราะช่วยลดมลพิษด้านการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90$, S.D.= 0.31) ใช้บริการเพราะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีของการเดินทาง ($\bar{x} = 3.81$, S.D.= 0.51) และใช้บริการเพราะต้องการทราบประวัติของแต่ละสถานที่อย่างถ่องแท้ ($\bar{x} = 3.49$, S.D.= 0.77) ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ การใช้บริการเพราะต้องการรำลึกถึงบรรยากาศการเดินทางด้วยรถราง ($\bar{x} = 2.91$, S.D.= 0.70)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการแสดงผลการทดสอบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการทดสอบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

2. ผลการทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

3. ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยการใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ความสัมพันธ์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน

สรุปได้ว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัด จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน การได้รับการดูแลอยู่เสมอ จำนวนที่นั่งเหมาะสมไม่แออัดหรือเปียกกันจนเกินไป ความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม การได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน คาดหวังถึงความปลอดภัย และความสะดวกสบายในการเดินทาง ความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้วความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมของสถานที่ที่นำชม ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรังศินี อัมตยากร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร พบว่า ความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์ จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านราคา พบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ราคาในการใช้บริการเหมาะสม ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า อาจเนื่องด้วยรถรางนำเที่ยวนั้น ไม่ได้มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพิเศษ อาทิ รถรางติดเครื่องปรับอากาศ อาหารและเครื่องดื่มฟรีบริการบนรถราง ส่งผลให้ความคาดหวังในด้านราคาการให้บริการในแต่ละรอบของการท่องเที่ยวด้วย

รกรางไม่สูงนัก ซึ่งปัจจัยด้านราคาสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกรัตน์ สุวรรณกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังต่อการการเดินทางรถไฟความเร็วสูงของผู้โดยสารชาวไทย เทียบกับการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำและแนวโน้มพฤติกรรมในเส้นทาง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ พบว่า ผู้โดยสารมีระดับความคาดหวังมากที่สุดในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยคาดหวังว่าจะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างถูก เมื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่าและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิตา ตั้งชัยชนะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ระดับการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ด้านค่าใช้จ่ายมากที่สุด

1.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาลึกลงไปในรายละเอียด พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีบริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋วผ่านช่องทางต่างๆ สถานที่จัดจำหน่ายตัวมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐรา หงส์แก้ว (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพฯ) พบว่า การจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นบริการที่มีผู้เลือกใช้มากที่สุด และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติชัย ธนทรัพย์สิน และสุรพันธ์ ไชยชนะ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะซื้อตั๋วโดยสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวยังคาดหวังในการบริการชำระเงินผ่าน จุติรับชำระบริการ บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบใช้

1.4 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่ง นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังให้มีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ และมีส่วนลดสำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริตา จินดา (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา พบว่า การมอบส่วนลด หรือบริการพิเศษให้กับลูกค้าปกติ หรือการมีระบบสมาชิก เพื่อให้สิทธิพิเศษต่างๆกับผู้เป็นสมาชิก มีความสำคัญมากที่สุด

นอกเหนือจากนั้นแล้วการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รกราง
แฉะจืดให้ชม มีผลมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการใช้บริการรกราง

1.5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า
ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าบุคลากรที่
ให้บริการเป็นคนในท้องถิ่น และได้รับการฝึกอบรม สานต่อประเพณีและความรู้ทาง
ประวัติศาสตร์มาตลอดชีวิตที่อาศัยอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการรกรางในการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน คาดหวังบุคลากรต้องมีความรู้
ความสามารถในการบรรยายประวัติความเป็นมาต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่
แฉะชมและสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน บุคลากรผู้ให้บริการมีความสุภาพในการ
ให้บริการ บริการอย่างเป็นมิตรและต้อนรับอย่างอบอุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของนพภู
สมิตานนท์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน
จังหวัดนันทบุรี พบว่า เหตุผลหลักๆที่นักท่องเที่ยวเลือกมาใช้บริการโดยสรุป คือ พนักงานมี
ใจรักในงานบริการ มีความสุภาพ พุดจา

1.6 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านลักษณะทางกายภาพ
พบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องด้านสถานที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่
เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว สถานที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีความร่มรื่นและสะอาด ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤต ทยะยะมิน (2556) ศึกษาเรื่อง ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์
สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดในบริเวณอุทยาน และให้
ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา
แนวโน้มของนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ที่ว่า นักท่องเที่ยวมี
แนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) การท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นต้น ส่งผลให้กระแสความ
รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมได้รับความ
นิยมจากนักท่องเที่ยว จึงส่งผลให้เกิดความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพจาก
นักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น

1.7 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านกระบวนการ พบว่า อยู่ใน
ระดับความคาดหวังมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว มีการ

อธิบายข้อมูลและชี้แจงข้อมูลต่างๆ ชัดเจน การเดินทางของรถรางตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ กล่าวคือ การจัดการในด้านกระบวนการของบริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน นักท่องเที่ยวคาดหวังให้กระบวนการดังกล่าวเป็นไปตามที่กำหนดไว้ตามที่ได้รับข้อมูลมาจากการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ซึ่งต้องการกำหนดเวลาที่แน่นอนในการทำกิจกรรมและการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกิตติชัย ธนทรัพย์สิน และสุรพันธ์ ไชยชนะ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินไทย พบว่า การตรงต่อเวลาสามารถเพิ่มจำนวนผู้โดยสารจากเดิมได้

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดในทุกข้อ ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน การได้รับการดูแลอยู่เสมอ จำนวนที่นั่งเหมาะสมไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป ความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม การได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปณิตา ตั้งชัยชนะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ระดับการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวให้ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวและประเภทของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมของสถานที่ที่น่าชม นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน พึงพอใจในความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการเดินทาง

2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านราคา พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง มีป้ายแสดงราคาชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญธิมา ศิริเจริญ ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเค้กภายใต้ตราสินค้าของอเมริกา: กรณีศึกษา ร้านนิวยอร์ก ซีสเค้กที่คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อราคาในด้านการติดป้ายแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน ราคาในการใช้บริการเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร วงษ์นิรันดร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัด

จำหน่ายโทรศัพท์มือถือมือสอง พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อความเหมาะสมของราคา โทรศัพท์มือถือมือสอง

2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาลึกลงไปในรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวไม่สามารถจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าแบบข้ามวันได้ การให้บริการคำปรึกษาในการซื้อตั๋วสามารถปรึกษาโดยผ่านทางโทรศัพท์ในเวลาทำการ หรือเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลบริเวณจัดจำหน่ายตัวเท่านั้น สถานที่จัดจำหน่ายตัวมีเพียงจุดเดียว ไม่สามารถซื้อผ่านตัวแทนได้จากงานวิจัยของนฤทธิ วงษ์มณฑา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสารการบินภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าหากพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ดีขึ้นจะมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับน้อยที่สุด รวมทั้งไม่มีบริการชำระเงินผ่าน จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต ในกรณีที่มีการเหมารอบใช้ ต้องชำระเงินเป็นเงินสดเท่านั้น

2.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม ด้านส่วนลดสำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะพบว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากไม่มีส่วนลดให้สำหรับหมู่คณะ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวัฒน์ ธรรมาภิมุข (2556) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุโขทัย และจังหวัดพิษณุโลก พบว่า การส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากไม่มีการมอบส่วนลด หรือบริการพิเศษให้กับลูกค้า

2.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องด้วยบุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ใช้ถ้อยคำที่สุภาพสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สะอาด พุดจาสุภาพอ่อนน้อมและน่าเชื่อถือ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

รกรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอาริตา จินดา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา พบว่า บุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องด้วยบุคลากรสามารถสื่อสารและมีความรู้ในหน้าที่ที่รับผิดชอบ

2.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ความความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวพึงพอใจในความสถานที่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีความร่มรื่นและสะอาดของสถานที่นั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิดา โฆวงศ์ประเสริฐ (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษาที่ว่าการอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า มีระดับความพึงพอใจมากต่อความสะอาดและความร่มรื่น

2.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ในด้านกระบวนการ พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ในเรื่องระบบการซื้อบัตรรกรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อการเดินทางตรงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล เฮียสกุล (2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้และรถโดยสาร กรณีศึกษาจุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย – ลาว จังหวัดหนองคาย พบว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อการตรงต่อเวลาของรถโดยสารในการเทียบท่าและการบริการในช่วงเทศกาล

3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รกรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ ใช้บริการเพื่อต้องการเพิ่มความความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน ใช้บริการเพราะช่วยลดมลพิษด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับนโยบายของ (กระทรวงพลังงาน, 2554) ว่าด้วยเรื่อง ร่วมกันประหยัดพลังงานแบบคาร์พูล (car pool) บ้านใกล้กันนั่งรถยนต์ไปทำงานด้วยกัน ช่วยประหยัดน้ำมัน และยังเป็นการลดจำนวนรถบนถนน ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ทางอ้อมด้วย ใช้บริการเพราะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีของการเดินทาง และใช้บริการเพราะต้องการทราบประวัติของแต่ละสถานที่อย่างถ่องแท้

4. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม เมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ พบว่าทั้ง 7 ด้านไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเพชร ภิญโญ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยว ถนนคนเดิน ท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยวิธีปากต่อปาก มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ได้ขึ้นอยู่กับ ผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ จึงไม่มีผลต่อการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ทำให้ความคาดหวังไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้บริการรถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม พบว่าความพึงพอใจไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจาก สินค้าของไทยมีราคาไม่สูง เมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันในต่างประเทศ ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนั้นมีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

6. ความคาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน โดยรวม อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ทั้งในเกือบทุกด้าน อาทิ ความปลอดภัยจากการใช้บริการรถราง ความสะอาด ได้รับความหลากหลายจากแหล่งท่องเที่ยว ราคาที่ให้บริการมีความเหมาะสม บุคลากรมีความสุข และมีความรู้ รวมถึงให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น ซึ่งตรงกับความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชมนาด ม่วงแก้ว (2555) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อ

คุณภาพการให้บริการ งานกิจกรรมนักศึกษาและงานทะเบียนนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นงานทะเบียนนักศึกษา ในด้านความมีอัธยาศัยไมตรีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ เมื่อนำความคาดหวังและความพึงพอใจมาวิเคราะห์ในแต่ละด้านพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กัน ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กัน ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กัน ความคาดหวังและความพึงพอใจด้านบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กัน และความคาดหวังและความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นความคาดหวังและความพึงพอใจด้านกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อยู่ในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตัวรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ มีบริการจองตัวหรือซื้อตัวล่วงหน้าได้ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว
2. เทศบาลเมือง จังหวัดน่านควรทำการส่งเสริมการตลาดในหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการลดราคา เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการรถรางในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น
3. เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ควรมีการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้คงความร่มรื่น และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะจะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกจากการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ควรทำการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม และศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่รถรางผ่าน เพื่อเป็นการส่งเสริมและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ยังเป็นแนวทางให้สามารถจัดการและพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป
2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีเวลาจำกัด ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์หน่วยงานรัฐเพิ่ม เพื่อศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

รายการอ้างอิง

ภาษาอังกฤษ

- Applewhite, C. I. (1997). *Organizational behavior*. New York: Prentice-Hall.
- Atherton, S. (2011). *TRAM NUMBER 7 TO HEAVEN: A Cultural Analysis of Trams for our Lives*. (Master of Applied Cultural Analysis), LUNDS University.
- Bass, B. M. (1997). Does the transactional-transformation leadership paradigm transcend organization and national boundaries? *American Psychologist*, 52(2)(Feb 1997), 130-139.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms Marketing of Services*. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future: Tourism Management*.
- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. London: Heineman.
- Cardinal, F. (2557). World Tramway patronage statistic. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.railforthevalley.com/latest-news/cardinal-fang/world-tramway-patronage-statistics/>
- Charles Kaiser, J., & Helber, L. E. (1978). *Tourism planning and development*. USA: CBI Pub. CO.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164-183.
- Dalton, R. (2011). *Cultural Tourism Experiences A Development Framework*. Waterford Institute of Technology.
- ECTARC. (1989). *Contribution to the Drafting of a Charter for Cultural Tourism*. Wales.
- Finn, & Jeremy, D. (1962). Expectation and Educational Environment. *teacher Education*.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.
- Funk and Wagnalls. (Ed.) (1963) *Funk & Wagnalls new Standard dictionary of English Language*. New York: Funk & Wagnalls Publishing CO.
- Getzels, J. W., James, M., & Romall, F. C. (1964). *Educational Administration as a Social Process*. New York: Harper and Row.
- Good, C. V. (Ed.) (1973) *Dictionary of education* (3 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hinshaw, A. S., Scofield, R., & Atwood, J. R. (1981). Staff, patient, and cost outcomes of all-registered nurse staffing. *Nursing Administration*, 11(11-12), 30-36.
- Hornby, A. F. (Ed.) (2000) *Advance learner's dictionary* (6 ed.). London: Oxford University.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley and Son.
- Hurlock, E. B. (1973). *Adolescence Development* (4 ed.). London: McGraw-Hill.
- ICOMOS. (2004). ICOMOS ENAME CHARTER FOR THE INTERPRETATION OF CULTURE HERITAGE SITES. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.icomosthai.org/charters/ICOMOS%20Ename%20Charter%20Draft%203.pdf>
- Kotler, P., & Gary, A. (2005). *Principles of marketing*. New York: Prentice Hall.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2007). *Services marketing: People, technology and strategy*. New York: Pearson.
- Lumsdon, L. (2006). Factors affecting the design bus service *Annals of Tourism Reserch* (Vol. 33).
- Manuel, B.-B., & Frad, R. L. (1977). (illustrated ed.). Oxford: The Architectural Press.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row Publishers.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1995). *Tourism: Philosophies* (9 ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw-Hill.
- Morse, N. C. (1955). Saticfaction in the White Collar job. *University of Michigan*

- Pelasol, J. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. *International Peer Reviewed*, 8.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (2000). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. New York: The Howorth Hospitality Press.
- Public Transport Victoria. (2557). 35-City Circle (Free Tourist Tram). [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://ptv.vic.gov.au/route/view/1112>
- Quirk, R. (Ed.) (1987) Longman dictionary of contemporary English. 2nd ed. London: Richard Clay Ltd.
- Reeder, W. w. (1971). *Partial Theory form the 25 Years Research Program on Oirective Factor is Belives and Social Action*. New York: Mimigraph.
- Robert, W. M., Charles, R., Goeldner, J. R., & Ritchie, B. (1995). *Tourism: principles, practices, philosophies*. New York: John Wildy & Sons.
- Rowe, A., Smith, J. D., & Borien, F. (2002). *Career Award in Travel and Tourism: Standard Level*: Cambridge University Press.
- Russel, B. (1956). Logistic and Knowledge.
- Schermerhorn, J. (1984). *Management for productivity*. New York: John Wiley & Sons.
- Strauss, G., & Sayless, R. L. (1960). *Personal: The human problem of management*. New York: Prentice-hall.
- Tourism of world. (2011). ความหมายการท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว/>
- UNWTO. (2009). Ethics of Tourism. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism>
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Sons.
- Webster. (Ed.) (1993) Webster's Third New International Dictionary. MA: Macmillan Technical Publishing. .
- Wolman, B. B. (Ed.) (1973) (1 ed.). New York: Van Norstrand.
- www.oknation.net. (2558). สถิติเมืองต่างๆ ผู้โดยสารด้วยรถรางเกิน 100 ล้านเที่ยวต่อปี [Press release] [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.oknation.net/blog/thaitourismsociety/2015/05/11/entry-1>

Yamane, T. (1973). *Mathematics for economists an elementary survey (2nd ed.)* (2 Ed.). New York: Prentice Hall.

ภาษาไทย

กรรวิ กั้นเงิน. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว
ในจังหวัดกาญจนบุรี. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2557 และ แนวโน้มปี 2558

http://secretary.mots.go.th/strategy/ewt_dl_link.php?nid=1857&filename=inde

X

กระทรวงพลังงาน. (2554). ลดโลกร้อนด้วยเรา.

กฤต ทยะยะมิน. (2556). ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญ
ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กองบรรณาธิการอนุสาร อ.ส.ท. กองวารสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). น่าน-หลวงพระบาง...สองน่อง
ท่องเที่ยวเมืองแฝด. อนุสาร อ.ส.ท.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559.

http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). ประเภทการท่องเที่ยว.

<http://www.igpthai.org/NS057/userfiles/files/Tourism.pdf>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). ข้อมูลจังหวัดน่าน. [http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูล
จังหวัด/น่าน](http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัด/น่าน)

กิตติชัย ธนทรัพย์สิน และสุรพันธ์ ไชยชนะ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของสายการบิน
ต้นทุนต่ำและสายการบินไทย. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

กิตติพงศ์ จิรวังวงศ์. (2554). การวัดความพึงพอใจของลูกค้าตามมาตรฐาน ISO 10004 ตอนที่ 1. *For Quality
Management*.

โกวิทย์ พวงงาม. (2553). การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.

ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์. (2557a). การเดินทางภายในฮาโกดาเตะ. Retrieved May,23, 2558, [ออนไลน์]

แหล่งที่มา <http://www.hakodate.travel/th/basic-information/getting-around/>

ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์. (2557c). บล็อกท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=poomepet&date=18-01->

[2009&group=1&gblog=1](http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=poomepet&date=18-01-2009&group=1&gblog=1)

ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์. (2557e). พันทิป. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://pantip.com/topic/30140987>

- ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์. (2558). ท่องเที่ยวฮ่องกง. Retrieved May,22, 2558, [ออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.discoverhongkong.com/th/plan-your-trip/practicalities/transport/getting-around/trams.jsp>
- ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์ จังหวัดน่าน. (2557a). คุ่มเจ้าราชบุตร. [ออนไลน์] แหล่งที่มา
[www.lannatouring.com /Nan/Interesting-article/Khumchao-Nan.htm](http://www.lannatouring.com/Nan/Interesting-article/Khumchao-Nan.htm)
- ข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์ จังหวัดน่าน. (2557c). ประตูกู่เมืองเก่า. [ออนไลน์] แหล่งที่มา โดย
[www.lannatouring.com /Nan/Interesting-article/SamlorNan.htm](http://www.lannatouring.com/Nan/Interesting-article/SamlorNan.htm)
- คณิต ดวงหัตถ์. (2537). สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนในเขตเมืองและเขต
 ชนบท ของจังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- งานแถลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). [ออนไลน์] แหล่งที่มา:
www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=6529
- จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- จุฑามาศ ไชยศรี. (2536). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน.
 (ปริญญาโท กศ.ม.), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงษ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวินิช. (2551). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2547). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัด
 ราชบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์, นครปฐม.
- ชมนาด ม่วงแก้ว. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานกิจกรรมนันทนาการและงาน
 ทะเบียนศึกษา. (วิทยานิพนธ์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,
 กรุงเทพมหานคร.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2547). ศิลปะการต้อนรับและบริการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
 กรุงเทพมหานคร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ชิษณุกร พรภาณูวิชญ์. (2544). การมีส่วนร่วมของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองแพร่ ต่อการพัฒนาสภาวะแวดล้อม
 ชุมชน. (ปริญญาโทปริญญาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- เชิดชัย โชติสุทธิ. (2543). ทักษะและพฤติกรรมกรรมการสมาคมภริยาของผู้ใช้บริการรถจักรยานยนต์ในพื้นที่สถานี
 ตำรวจนครบาลมักกะสัน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ฐณวัฒน์ ธรรมาภิมุข. (2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวใน
 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดพิษณุโลก. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณวิทย์ อ่องแสงชัยและคณะ. (2555). ทรัพยากรด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมืองน่านเพื่อ
 พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน.

- ณัฐรา หงส์แก้ว. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพาพร โพธิ์ศรี. (2550). ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเช่าไป-เย็น กลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). การท่องเที่ยวนานาชาติปี พ.ศ. 2551 [Press release]
- ธนิช เลิศชาญฤทธ์. (2554). การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นพปฎล สมิตานนท์. (2553). กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., กรุงเทพมหานคร.
- นฤทธิ์ วงษ์มณฑา. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบิน ภายในประเทศของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- นवलจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. (2540). ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับความรู้พื้นฐานสำหรับคน ผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- นิตา ไชวงค์ประเสริฐ. (2556). ความพึงพอใจความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษาที่ว่า การอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- นิยพรรณ วรธรรมศิริ. (2540). มานุษยวิทยา สังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปณิตา ตั้งชัยชนะ. (2554). ระดับการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประทีน มหาจันทร์. (2521). การศึกษากับการกระทำผิดกฎหมายของเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2538). พฤติกรรมสุขภาพ. นนทบุรี: เอกสารการสอนชุดวิชาสุขภาพศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา. (2523). ค่านิยมและความคาดหวังของเยาวชนไทย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินต์ติ้ง.
- ปรีชา ธรรมมา และถาวร เกิดเกียรติพงศ์. (2516). พฤติกรรมของเด็กไทยวัยรุ่นที่ขัดแย้งกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- พงศ์วัช ศรีจำนอง. (2553). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง อาสาสมัคร. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- พชร ภิโย. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวถนนคนเดิน ท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์คณะ เศรษฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พยอม ธรรมบุตร. (2548). หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พลอยศรี โปราณานนท์. (2539). สองนครแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เกียวโต-เชียงใหม่. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.
- เพลส แอนด์ ไรซ์. (2556). นิ่งเล่ม น่าน... น่าเที่ยว หน้าหนาวนี้. *Place and Price, Vol. 7 no.47*.
- เพิ่มศักดิ์ วรรณยาจกุล. (2503). เมืองไทยในอดีต. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช.
- ไพบุลย์ เทวรักษ์ และศิริวรรณ อัสกุล. (2527). จิตวิทยา: ศึกษาพฤติกรรมภายนอกและภายใน. กรุงเทพมหานคร: ศรีมงคลการพิมพ์.
- ภิโย สาธ. (2541). หลักการบริหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- มนัส สุวรรณ. (2541). โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วน ตำบลและสภาตำบล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ยุทธ ไถยวรรณ และกุสุมา ผลพรม. (2553). พื้นฐานการวิจัย (4 ed.). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- รลิกา อังกูร. (2549). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารสุโขทัย ธรรมาธิราช.
- รังคินี อัมพชากร. (2554). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รัตนา สุขะนินทร์. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการล้างชั้นรีสอร์ทของ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป. (สารนิพนธ์ บธ.ม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (Ed.) (2542) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ นานมีบุ๊คส์. .
- ราณี อิลิชัยกุล. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โรงแรมพุกาน่านฟ้า จังหวัดน่าน. (2557). ประวัติโรงแรมพุกาน่านฟ้า. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.pukhananfahotel.co.th/EN/historical.html>
- วัลลภ ปิยะมโนธรรม. (2536). เทคนิคการรักษาโรคประสาทด้วยตนเอง (4 ed.). กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2557). พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ น่าน. http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%B4%0%B8%98%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4_%E0%B8%99%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). เทคนิคการวัดความพึงพอใจของลูกค้า. *Marketeer*, 111.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2552). วิสัยทัศน์ศิลปวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิธร วงษ์นรินทร์. (2551). แนวทางการจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือมือสอง. (วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2557). วัดกู่คำ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา www.m-culture.in.th/album/148792
- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. (2556). สถิตินักท่องเที่ยว.
- สากล จริยวิทยานนท์. (2542). การสร้างแบบสอบถาม. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สายันต์ ไพรชาญจิตร. (2550). การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน (3 ed.). กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์.
- สารานุกรมเสรี, ว. (2558). ประวัติตราราง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%87>
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สำนักงานเทศบาลเมืองน่าน. (2556). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดน่าน. น่าน: สำนักเทศบาลเมืองน่าน.
- สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดน่าน. (2557). แผ่นพับประวัติวัดในจังหวัดน่าน [Press release]
- สิทธิ์ อธิสรณ์. (2552). แนวคิดพื้นฐานทางการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริวงษ์ เขียวสกุล. (2557). ความพึงพอใจ. *Veridian E-Journal*.
- สิริวรรณต์ อัครกุล. (2528). ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานที่กำหนดของนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและต่ำ. (บัณฑิตวิทยาลัย), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุดาพร กุลชลบุตร. (2552). หลักการตลาดสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเชษฐ์ เขษรฐมาส. (2541). ทรัพยากรนันทนาการ การแข่งขันเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการ. Paper presented at the การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 21, กรุงเทพมหานคร. .
- โสรัช โพธิ์แก้ว. (2527). ความสดใสของชีวิต. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สายน้ำ.
- อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีอนุสาวรีย์วีรชนและอุทยานค่ายบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. *RMTT Global Business and Economic Review*.
- อัญธิมา ศิริเจริญ. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเค้กภายใต้ตราสินค้าของอเมริกา: กรณีศึกษา ร้านนิวยอร์กคิสเค้ก ที่คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์. การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ.

- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). ระเบียบวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อาภรณ์รัตน์ เลิศไผ่รอด. (2554). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการสาธารณะตามหลักสาธณียธรรมของ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองกรด จังหวัดนครสวรรค์. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อาริตา จินดา. (2552). ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม ระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา. (วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เอกรัตน์ สุวรรณกุล. (2557). ความคาดหวังต่อการการเดินทางรถไฟความเร็วสูงของผู้โดยสารชาวไทย เทียบกับการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำและแนวโน้มพฤติกรรมในเส้นทาง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยบุคคล หน่วยสารบรรณ หน่วยอาคารสถานที่และยานพาหนะ หน่วยบัญชีและหน่วยการเงิน และหน่วยกิจการนิสิตและนิสิตเก่าสัมพันธ์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยงานแผนและงบประมาณ หน่วยประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภคยอุดม ผู้ช่วยคณะคณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม บริการและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร มหาวิทาลัยเกษมบัณฑิต



แบบสอบถาม

เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จันทน่าน

คำชี้แจง:แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ นันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (จำนวน 7 ข้อ)

คำชี้แจง: ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง□ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านให้ท่านให้มากที่สุด

1. เพศ

| | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|
2. อายุ

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 20-29 ปี | <input type="checkbox"/> 30 - 39 ปี | <input type="checkbox"/> 40-49 ปี |
| <input type="checkbox"/> 50-59 ปี | <input type="checkbox"/> 60 ปีขึ้นไป | |
3. ระดับการศึกษา

| | | |
|---|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีขึ้นไป |
|---|------------------------------------|--|
4. อาชีพ

| | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> รัฐบาล/เจ้าหน้าที่ของรัฐ | <input type="checkbox"/> เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> บริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายพนักงาน <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... | |
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ10, 000บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 บาทขึ้นไป |
6. ประวัติในการท่องเที่ยวด้วยรถราง (ภายใน 1 ปี)

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เที่ยวครั้งแรก | <input type="checkbox"/> 2 - 3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 4-6 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 7 ครั้ง |
7. ถิ่นที่อยู่ /พำนัก

| | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก |
| <input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... | |

ตอนที่ 2 ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน (จำนวน 29 ข้อ)

คำชี้แจง: กรุณาทำทำเครื่องหมาย ✓ เพียงหนึ่งข้อเท่านั้นในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

| | |
|-----------------|--|
| ระดับ 1 หมายถึง | ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด |
| ระดับ 2 หมายถึง | ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย |
| ระดับ 3 หมายถึง | ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง |
| ระดับ 4 หมายถึง | ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมาก |
| ระดับ 5 หมายถึง | ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด |

| ระดับความคาดหวัง ก่อนใช้บริการ | | | | | ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ | | | | |
|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|---|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|
| น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด |
| | | | | | ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1. รถรางมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2. รถรางมีความสะอาดและมีสภาพเหมาะสมในการใช้งาน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3. รถรางมีสภาพใหม่ และได้รับการดูแลอยู่เสมอ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4.รถรางมีจำนวนที่นั่งเหมาะสม ไม่แออัดหรือเบียดกันจนเกินไป | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | ด้านราคา (Price) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 8. มีป้ายแสดงราคาชัดเจน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 9. ราคาในการใช้บริการเหมาะสม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 10. ราคาในการใช้บริการมีความคุ้มค่า | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | | | | | |

| ระดับความคาดหวัง ก่อนใช้บริการ | | | | | ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดย เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน | ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ | | | | |
|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|--|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|
| น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 11. สามารถใช้บริการจองหรือซื้อตั๋วล่วงหน้าได้ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 12. มีบริการให้คำปรึกษาในการซื้อตั๋ว ผ่านช่องทางต่างๆ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 13. สถานที่จัดจำหน่ายตั๋วมีความสะดวกสบายในการเดินทาง มาซื้อ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 14. สามารถชำระเงินผ่านช่องทางอื่นๆ อาทิ จุดรับชำระบริการ บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต ในกรณีที่มีการเหมารอบการใช้ บริการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 15. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวให้มา ใช้บริการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 16. มีส่วนลดในกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 17. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน เส้นทางที่รถรางแวะจอดให้ชม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 18. บุคลากรมีความสุภาพในการให้บริการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 19. บุคลากรให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวในการ เดินทางท่องเที่ยว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 20. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการบรรยายประวัติ ความเป็นมาต่างๆของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แวะชม และสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 21. บุคลากรให้บริการอย่างเป็นมิตร และต้อนรับอย่างอบอุ่น | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ระดับความคาดหวัง ก่อนใช้บริการ | | | | | ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดย เทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ปานกลาง | ระดับความพึงพอใจ หลังใช้บริการ | | | | |
|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|--|-----------------------------------|------|---------|-----|-----------|
| น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด |
| | | | | | ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical environment) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 22. สถานที่ที่นำชมมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการ ท่องเที่ยว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 23. สถานที่ที่นำชมมีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักมาก่อน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 24. ความร่มรื่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 25. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | ด้านกระบวนการ (Process) | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 26. ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 27. อธิบายและชี้แจงข้อมูลต่างๆ ได้ชัดเจน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 28. รถรางเดินทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนด | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 29. ระบบการซื้อบัตรรถรางมีความรวดเร็วและเป็นระเบียบ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่ จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน (จำนวน 8 ข้อ)

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพียงหนึ่งข้อเท่านั้นในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| ระดับ 1 หมายถึง | ความคิดเห็นน้อยที่สุด |
| ระดับ 2 หมายถึง | ความคิดเห็นน้อย |
| ระดับ 3 หมายถึง | ความคิดเห็นปานกลาง |
| ระดับ 4 หมายถึง | ความคิดเห็นมาก |
| ระดับ 5 หมายถึง | ความคิดเห็นมากที่สุด |

| การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดย เทศบาลเมืองจังหวัดน่าน | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|------|-------------|-----|---------------|
| | น้อย ที่สุด | น้อย | ปาน กลาง | มาก | มาก ที่สุด |
| 1. ใช้บริการเพื่อต้องการเพิ่มความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ภายในจังหวัดน่าน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. ใช้บริการเพราะต้องการทราบถึงประวัติของแต่ละ สถานที่อย่างถ่องแท้ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. ใช้บริการเพราะต้องการทดลองเดินทางโดยใช้รถราง | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. ใช้บริการเพราะราคาเหมาะสม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. ใช้บริการเพราะมีความปลอดภัยในการเดินทาง | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. ใช้บริการเพราะต้องการรำลึกถึงบรรยากาศการ เดินทางด้วยรถราง | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. ใช้บริการเพราะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีของการ เดินทาง | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. ใช้บริการเพราะช่วยลดมลพิษด้านการท่องเที่ยว | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นอื่น ๆ ที่มีต่อความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน (จำนวน 1
ข้อ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค

เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
 หมายเลขคดี 00094
 เลขที่หนังสือ 18.0.4.08
 วันที่ 15.06

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-8147

ที่ จว 124 /58

วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในกรณี กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 211.1/57 เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จันทน์น่าน (EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS CULTURAL TOURISM USING TRAM SERVICES PROVIDED BY NAN MUNICIPALITY) ของ นางสาวภูษิษา บันแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ดร. นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
 กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณบดี บัณฑิตวิทยาลัย คณะศ. วิทย์ฯ จุฬาลงกรณ์

ติดต่อโปรด

ทราบ และดำเนินการต่อไป

พิจารณา

ถอนงาน

อื่นๆ

ลงชื่อ

Dr. Nantiri
 11.8.11.2558

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย นางสาวภูษิษา ปันแก้ว

วัน เดือน ปี เกิด 26 ตุลาคม พ.ศ. 2524

ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษาหลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปีการศึกษา 2547

- กำลังศึกษาในหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ 2 ภาคการเรียนพิเศษ แผนกการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาศาสตรการกีฬา

คณะวิทยาศาสตรการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2557

- กำลังศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน

(EXPECTATION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS CULTURAL TOURISM USING TRAM SERVICES PROVIDED BY NAN MUNICIPALITY)

อาจารย์ที่ปรึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาร

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อผู้วิจัย 086-6585287

อีเมลติดต่อผู้วิจัย aoyfst@gmail.com