

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

นายฐิตินันท์ เตชไกรชนะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

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 Graduate School.

GUIDELINES FOR PROMOTING THE ART GALLERIES AS TOURISM ATTRACTION
IN BANGKOK METROPOLIS

Mr. Thitinun Taechakraichana

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

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2011

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็น
แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

โดย

นายฐิตินันท์ เตะไกรชนะ

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

คณะกรรมการวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

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

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดร.ฉวีวรรณ สุขสม)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย)

วิทยุทัศน์พิเศษ : แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. (GUIDELINES FOR PROMOTING THE ART GALLERIES AS TOURISM ATTRACTION IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ.ดร.สมบัติ กาญจนกิจ, 122 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนจากหอศิลป์ทั้งหมด 8 แห่งๆละ 50 คน ประกอบด้วย 1) หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร 2) หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร 3) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ 4) หอศิลป์จามจุรี 5) หอศิลป์วชิราวุธ 6) หอศิลป์เพาะช่าง 7) หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์ และ 8) หอศิลป์สวนดุสิต โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ทดสอบแบบพหุคูณที่มีระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการศึกษาและกิจกรรม และปัจจัยด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) ด้านการศึกษาและกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$) และด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) ส่วนความสนใจในภาพรวมของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากร้อยละ 41.8

สรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวมี 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านบุคลากร สร้างทักษะเพิ่มองค์ความรู้ สร้างจิตสำนึกในด้านบริการแก่เจ้าหน้าที่ จัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในระดับหัวหน้าหน่วยงานของหอศิลป์ 2) ด้านการศึกษาและกิจกรรมสนับสนุนด้านกิจกรรมพัฒนาความรู้ศิลปะส่งเสริมนักเรียนที่มีความถนัดเข้าค่ายศิลปะอย่างสม่ำเสมอ ควรจัดหาทุนวิจัยด้านศิลปะ 3) ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ผ่านภาคีที่เกี่ยวข้อง สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหอศิลป์เอกชนและรัฐบาล จัดทำสื่อเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์จัดทำวารสารการบริการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น 4) ด้านนโยบายและบริการอื่นมีการตรวจสอบปรับปรุง หอศิลป์ให้คงคุณภาพมาตรฐาน การรักษาสภาพชิ้นผลงานศิลปะอย่างถูกวิธี ผู้บริหารควรมีนโยบายเชิงรุกเพิ่มสัดส่วนผู้เข้าชม จัดหารายได้เพิ่มจากกิจกรรมขยายแหล่งเงินทุนนอกเหนือจากงบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐ

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬาลายมือชื่อนิสิต.....
ปีการศึกษา.....2554..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5378806139 : MAJOR SPORTS SCIENCES

KEYWORDS: THE ART TOURISM / ART GALLERY

THITINUN TAECHAKRAICHANA: GUIDELINES FOR PROMOTING THE ART GALLERIES AS TOURISM ATTRACTION IN BANGKOK METROPOLIS.

ADVISOR: PROF. SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D., 122 pp.

The purposes of this study were to find ways to promote tourism to the city's art galleries by studying the relationship between personal information, factors promoting art tourism and travel behavior of tourists. Information were obtained from 400 art gallery visitors in 8 art galleries including 1) Bangkok art and culture center, 2) Art center Silpakorn University, 3) The national Gallery, 4) Jamjuree Art Gallery, 5) Vajiravudh Collage Art Gallery, 6) Poh Chang Art Gallery, 7) National museum Silpa Bhirasri Memorial and 8) Suan Dusit Art Gallery. The questionnaire and interview were tools to collect data. The statistics used in data analysis were the average, percentage and standard deviation. This study analyzed the relationships by using multiple linear regression model with statistical significant at level 0.05. The results were as follow:

The relationship between personal information consist of gender, age and occupation showed no significant level in the travel behavior while the relationship between the three areas consisted of tourism promotion factor, personal factor and education and activity factor showed significance in the travel behavior. The promoting individual factor were at a high level ($\bar{x} = 3.92$) while the educational services and activity factor ($\bar{x} = 3.67$) and the publishing and public relation factor were at the moderate level ($\bar{x} = 3.43$). The interest of the travel behavior were at high level (41.8%).

The guidelines for the promotion of tourism consisted of 1) Improvement of human skill to increase knowledge and awareness of the staff and the exchange of ideas in the agency's galleries. 2) Education service and activity support to encourage students to develop skills and knowledge as well as funding support and research in the arts. 3) Promotion and public relations through the concerned network among private and public galleries by information technology. 4) Policies and services monitoring, maintenance of the art pieces, the administrator's proactive policy to increase the proportion of the visitor and raising fund other than budget from the government.

Field of Study.....Sports Sciences.....Student's Signature.....

Academic Year.....2011..... Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของหลายๆท่าน ซึ่งผู้เขียนต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำตรวจสอบและติดตามความคืบหน้าของการศึกษามาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการทุกท่านซึ่งประกอบด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดรณวรรณ สุขสม และรองศาสตรา อาจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย ที่ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณลักขณา คุณาวิชยานนท์ รองศาสตราจารย์ถนอม ชากักดี อาจารย์ ดร.อัฐธมา นิลนพคุณ อาจารย์สังัด ปุຍอ็อก อาจารย์ธนดล ศิริจิจริณ ที่กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ หอศิลป์วัฒนธรรม แห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ หอศิลป์ จามจุรี หอศิลป์วชิราวุธ หอศิลป์เพาะช่าง หอศิลป์พิระศิลป์ อนุสรณ์ และหอศิลป์สวนดุสิต และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่ให้กำลังใจผู้เขียนเสมอมา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของคณะวิทยาศาสตร์ การกีฬาที่ให้ความช่วยเหลือด้านเอกสารเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และอาจารย์ทุกท่านที่คอยอบรมสั่งสอน กระตุ้นเตือนและให้กำลังใจผู้เขียนมาโดยตลอด คุณประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอมอบแก่ บิดา มารดา และอาจารย์ทุกท่าน หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับเอาไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	8
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	19
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ.....	29
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	31
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	33
6. คุณค่าและความหมายของศิลปะ.....	34
7. ความหมายของทัศนศิลป์.....	38
8. ความหมายและความสำคัญของหอศิลป์.....	40
9. ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ.....	45
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	62
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	62
ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
ข้อมูลปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
ข้อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	79
ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	80
ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์.....	81
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	85
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผล.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	96
รายการอ้างอิง.....	99
ภาคผนวก.....	108
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย	109
ภาคผนวก ข ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์	111
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการวิจัย	114
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....64
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....65
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....66
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามความถี่ที่เคยเดินทางมาหอศิลป์ ในระยะเวลา 1 ปี.....67
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง มาหอศิลป์.....68
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามลักษณะการมาหอศิลป์ครั้งนี้.....69
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามสื่อรับรู้ข้อมูลสถานที่หอศิลป์70
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามกิจกรรมที่ทำในหอศิลป์.....71
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามหากมีโอกาสน่าจะกลับมาหอศิลป์ อีกหรือไม่.....72
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปภาพรวมความสนใจ ที่เข้ามาหอศิลป์ครั้งนี้.....73
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานครในภาพรวม 3 ด้าน.....74
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร.....75
13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านการศึกษาและกิจกรรม.....76
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์.....78
15	การวิเคราะห์หาคัดลอกแบบพหุคูณในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....81

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานคร ได้รับการ โหวตให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก จากการประกาศผล รางวัลยอดเยี่ยมของโลก (World's Best Award) ประจำปีค.ศ.2008,2010,2011 เกือบ 3 ปีซ้อน ที่จัดโดยนิตยสาร การท่องเที่ยวและนันทนาการ (Travel & Leisure) ซึ่งเป็นนิตยสารด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดของสหรัฐ โดยมีปัจจัยในการพิจารณาเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 1 โลกจะพิจารณาจาก 1.สถานที่ ทักษะนิยภาพ ความสวยงามและร่มรื่น 2.ศิลปะ และวัฒนธรรม 3.อาหารการกิน 4.แหล่ง ช้อปปีง 5.ความเป็นมิตรของผู้คน และ 6.ความคุ้มค่าของเงิน ซึ่ง ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร คนปัจจุบัน ได้เดินทางพร้อมคณะ เพื่อไปรับรางวัลดังกล่าวที่จะจัดขึ้นที่โรงแรมเดอะ ทรัมป์ โซโฮ (The Trump Soho) เมืองนิวยอร์ก สหรัฐ ในวันที่ 21 ก.ค. 2010 จะเห็นได้ว่าปัจจัยหนึ่งที่ได้รับในการพิจารณาให้กรุงเทพฯเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก คือ ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หันมานิยมท่องเที่ยวไทย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญและเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวไทยในยุคปัจจุบัน (ไทยนิวส์, 2554 : ออนไลน์) กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของประเทศไทยและศูนย์กลางของอาเซียนซึ่งมีศิลปะและวัฒนธรรมหลายด้านเช่น จิตรกรรม ภูมิกรรม สถาปัตยกรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย และประเพณีด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ

หอศิลป์ (Art Gallery) เป็นศูนย์รวมรักษาผลงานศิลปะ เป็นสถานที่จัดแสดงนิทรรศการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน เป็นที่ติดต่อซื้อขายจำหน่ายผลงานตลอดจนเป็นที่พบปะสังสรรค์และเปลี่ยนความคิดเห็นของเหล่าศิลปิน และนักท่องเที่ยวผู้นิยมงานศิลป์ เป็นแหล่งความรู้ทางศิลปะแก่นิสิต นักศึกษา เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างประเทศและเป็นแหล่งแสดงผลงานของศิลปินผู้ทำงานแคววงศิลปะ เป็นที่เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและชื่นชมผลงานของศิลปินต่างๆ (ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์, 2540) วงการศิลปะประเทศไทยได้เห็นความสำคัญและตระหนักถึงความจำเป็นในการมีหอศิลป์ที่ได้มาตรฐานสากล สำหรับหอศิลป์ในประเทศไทยในปัจจุบันภาครัฐบาลส่วนใหญ่เป็นหอศิลป์ของสถาบันการศึกษาหรือส่วนราชการและหอศิลป์ของภาคเอกชนซึ่งบทบาทของสังคมแตกต่างกันไป ภาคเอกชนมุ่งเน้นหนักไปในด้านธุรกิจ

การค้า อาจมีกิจกรรมวิชาการบ้าง ไม่มากนักก็ตาม แต่หอศิลป์โดยรวมแล้ว ย่อมเป็นแหล่งศูนย์รวมศิลปกรรม เป็นแหล่งรวมอารยธรรม เป็นแหล่งที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของประเทศ จึงควรค่าแก่การท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของวงการศิลปะสืบไป

พื้นที่ทางศิลปะจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการวิวัฒนาการมาอย่างหลากหลายในอดีตพื้นที่ทางศิลปะถูกสร้างขึ้นมาจากขอบเขตทางศาสนา ความสัมพันธ์ของผู้คนและวิถีชีวิตในสังคม ภาพเขียนภายในวัดหรือโบสถ์หรือในโบราณสถานต่างๆ เชื่อมโยงพื้นที่ชุมชนและวิถีชีวิตของผู้คนด้วยกันกับศิลปะอย่างแนบแน่นในยุคสมัยต่อมา ศิลปะได้เริ่มมีพัฒนาการสร้างพื้นที่และขอบเขตที่เป็นของตัวเองและเป็นเอกเทศจากวิถีชีวิตปกติของผู้พัฒนาศิลปะในยุคสมัยใหม่มีการจัดแบ่งแยกสัดส่วนในองค์ประกอบต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ชัดเจนและเป็นระบบทำให้วงการศิลปะสามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยตัวเองโดยไม่ต้องเกาะเกี่ยวกับการดำรงชีวิตหรือพึ่งพาการรับรู้ของผู้คนในสังคมกล่าวคือแม้ไม่มีสังคมคอยรับรู้หรือแม้แต่เข้าใจงานศิลปะ วงจรของศิลปะก็ยังสามารถขับเคลื่อนไปได้ข้างหน้าผลงานของศิลปินและ โครงการเหล่านี้ล้วนเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างพื้นที่ทางสังคมที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตอันหลากหลายของผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งความสำคัญนี้ได้ถูกมองข้ามอย่างไม่ตั้งใจในยุควิวัฒนาการก่อนหน้านี้ พื้นที่ทางศิลปะที่เริ่มเกิดขึ้นทำให้ศิลปะสามารถแทรกซึมสู่ชีวิตประจำวันของผู้คนได้อีกครั้งเหมือนที่เคยเป็นมาในอดีต พื้นที่เหล่านี้สามารถสร้างปรากฏการณ์สมัยใหม่ในการรับรู้งานศิลปะและส่งผลสำคัญทั้งต่อโครงสร้างของศิลปะและสังคม ในทัศนะคตินี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่นำให้ความสำคัญและศึกษาหอศิลป์ เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมหอศิลป์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะที่สำคัญของประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมประสบการณ์ชีวิต ทำให้คนได้รู้จักเลือกกิจกรรมนันทนาการผ่านการท่องเที่ยว สามารถรู้จักพัฒนาตนเอง มีความรับผิดชอบ เลือกกิจกรรมเวลาว่างและเวลาอิสระสร้างสรรค์ผลงาน ก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรรวม (Total Development) ได้แก่การพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตวิญญาณ (สมบัติกาญจนกิจ, 2544) กล่าวโดยสรุป การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวผ่านแหล่งเรียนรู้หอศิลป์พิพิธภัณฑฯ จึงก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงรวมทั้งยังก่อให้เกิดคุณประโยชน์แก่การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ของประเทศชาติ และยังเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจ รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่นๆ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2550-2553 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงิน 700,000 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วน ช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดขึ้นเนื่องจากการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลก ได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 13,821,802 คน รายได้จากการท่องเที่ยว 482,319.17 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 15,963,400 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 592,794.09 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนาสังคม สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีชิ้นผลงานศิลปะของเหล่าศิลปินสมัยก่อน ศิลป วัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้ เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือ ความสามัคคีสามานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยบรรเทาสันติภาพแก่โลก

พิพิธภัณฑ์หอศิลป์ เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สร้างเครือข่ายและระดมทรัพยากรในการดำเนินงานด้านศิลปวัฒนธรรม และเป็นองค์กรส่งเสริมสร้างโอกาสประสานการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างและพัฒนาระบบการบริหารจัดการหอศิลป์ สู่ระดับมาตรฐานสากลเพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอและ

บริหารจัดการ การแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เพื่อดึงดูดทั้งชาวไทยและต่างประเทศหันมาท่องเที่ยวหอคิลป์เพื่อ เป็นส่วนเสริมสร้างศักดิ์ศรีแก่กรุงเทพมหานคร ผู้ความเป็นมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมระดับโลก

ด้วยเหตุนี้จึงเกิดคำถามวิจัยที่สำคัญขึ้น กล่าวคือ ปัจจัยที่ช่วยการส่งเสริมท่องเที่ยวทางศิลปะของหอคิลป์มีปัญหาอย่างไรบ้าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมงานศิลปะของหอคิลป์มีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อจะได้นำมาแก้ไขตรวจสอบเชิงปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมหอคิลป์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะยั่งยืน สืบไปจากผลงานวิจัยหลายๆท่านที่ผ่านมาพบว่าหอคิลป์ประสบปัญหา 1) ทางด้านการจัดนิทรรศการผลงานศิลปะที่เก่าแก่เกินไปไม่มีผลงานศิลปะร่วมสมัยเลย (อาทิตยา จันทะวงษ์, 2540) 2) การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึงและล่าสมัย (พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, 2540) 3) การบริหารจัดการของสถานที่หอคิลป์ดูเก่าแก่ขาดการปรับปรุงพัฒนา (สรกิจ โสภิตกุล, 2537) ดังนั้นน่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้หอคิลป์มีคนมาเที่ยวน้อย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอคิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” เพราะโดยปกติแล้วประชาชนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหอคิลป์ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพียงครั้งเดียวแล้วไม่มาอีกเลยหรือบางคนไม่เคยจะมาท่องเที่ยวเลย จากข้อมูลสถิติปี 2553 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในหอคิลป์ทั้ง 8 แห่งในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ หอคิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอคิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอคิลป์ หอคิลป์จามจุรี หอคิลป์วชิราวุธ หอคิลป์เพาะช่าง หอคิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์ และหอคิลป์สวนดุสิต รวมจำนวนทั้งสิ้นมีเพียง 368,510 คนต่อปี แต่สถิตินักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2553มีถึง117.2 ล้านคนต่อปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วยังถือว่าน้อยมากทั้งๆที่หอคิลป์เป็นแหล่งสะสมผลงานศิลปะหลาย ๆ ด้าน ซึ่งศิลปะถือเป็นส่วนหนึ่งของจิตใจมนุษย์ซึ่งก่อให้เกิดความสุข ความเพลิดเพลิน ลดความตึงเครียดด้านจิตใจหรือที่เรียกว่าสุนทรียศาสตร์แห่งชีวิต และหอคิลป์ยังถือว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะระดับชาติซึ่งก่อตั้งมายาวนานและมีจำนวนหอคิลป์มากมายของรัฐบาล ได้รับการพัฒนาและก่อตั้งขึ้นมาใหม่ ซึ่งล่าสุด ปีพ.ศ. 2537 กรุงเทพมหานครได้รับงบประมาณดำเนินการก่อสร้าง

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok Art and Culture Centre) จำนวนเงิน 509 ล้านบาท เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งศิลปวัฒนธรรม ซึ่งตั้งอยู่สี่แยกปทุมวัน (วิกิพีเดีย, 2546: ออนไลน์)

จะเห็นได้ว่ารัฐบาลได้ใช้งบประมาณมากมายในการก่อสร้างหอศิลป์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมให้หอศิลป์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ โดยศึกษาจากหอศิลป์ในกรุงเทพมหานครเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกและก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของหอศิลป์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านพื้นที่

1. ศึกษาเฉพาะหอศิลป์ของรัฐบาลในเขตบริเวณกรุงเทพมหานคร ที่ก่อตั้งขึ้นก่อนปี พ.ศ. 2544 สร้างขึ้นประมาณ 10 ปีขึ้นไป และมีจำนวนผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 4,000 คนต่อปี มีหอศิลป์จำนวน 8 แห่ง ดังนี้
 - 1.1 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2537)
 - 1.2 หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2522)
 - 1.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2521)
 - 1.4 หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2527)
 - 1.5 หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2543)

1.6 หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (ก่อตั้งปี พ.ศ. 2448)

1.7 หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์ (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2527)

1.8 หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2527)

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

1.ศึกษาเกี่ยวกับงานศิลปะร่วมสมัยเฉพาะสาขาทัศนศิลป์เท่านั้น เพราะผลงานศิลปะภายในหอศิลป์ของประเทศไทยส่วนใหญ่ซึ่งมีมากกว่า 80 % เป็นงานศิลปะร่วมสมัยสาขาทัศนศิลป์ ได้แก่ศิลปะจิตรกรรม (Painting) ศิลปะประติมากรรม (Sculpture) ศิลปะภาพพิมพ์ (Printmaking) สถาปัตยกรรม (Architecture) ศิลปะภาพถ่าย (Photography) (ฉบับลิวีพีไทยแดนซ์, 2554: ออนไลน์)

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ หมายถึง วิธี หรือกระบวนการเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อกิจกรรมนันทนาการผ่านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ รับรู้และชื่นชมผลงานทางศิลปะทัศนศิลป์ของหอศิลป์

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ หมายถึง การกระทำ หรือหน้าที่ในการปฏิบัติงานของหอศิลป์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน ด้านการจัดการบุคลากร ด้านของหน้าที่จัดบริการ การศึกษาทัศนศิลป์และจัดกิจกรรม ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

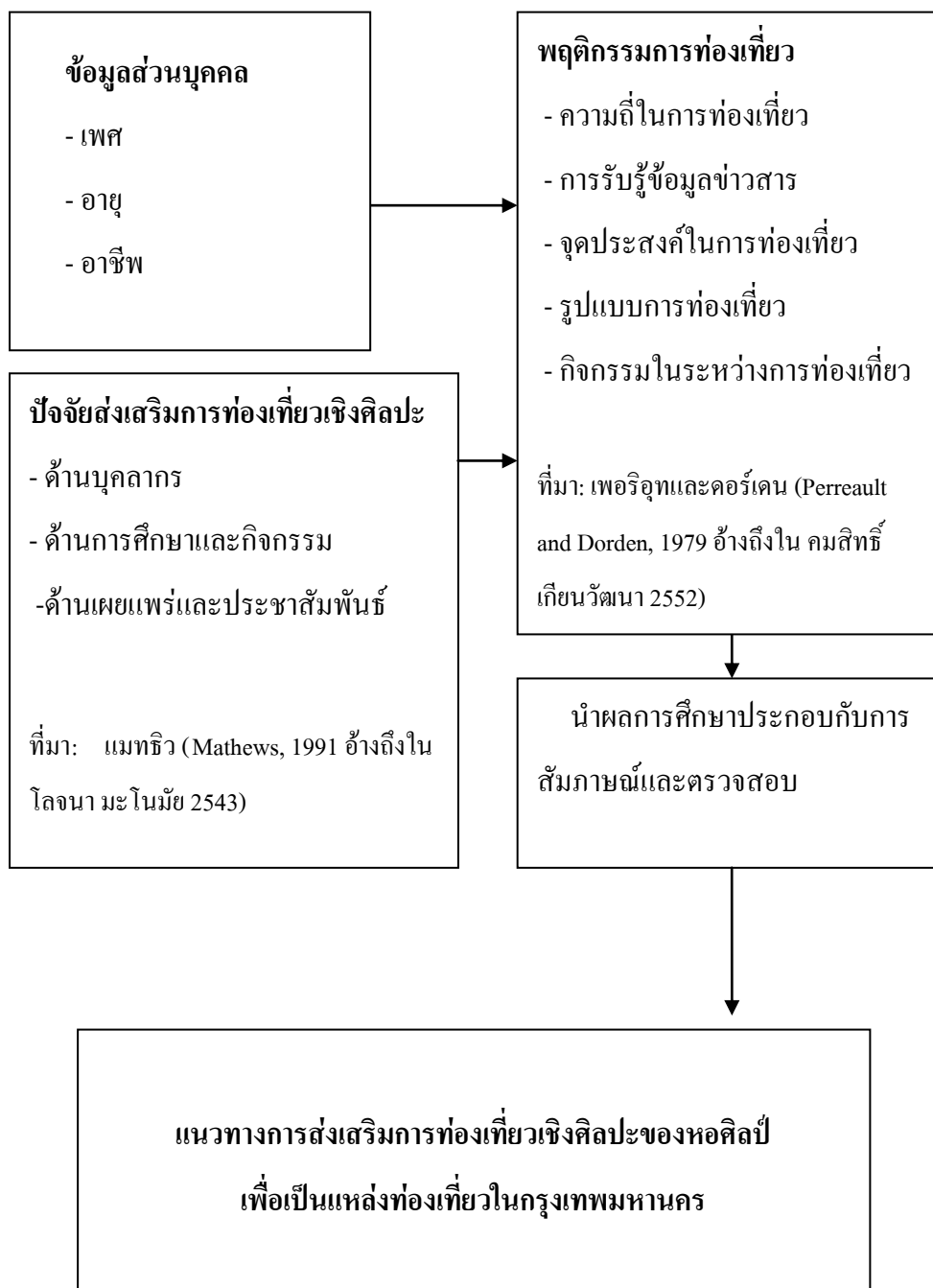
หอศิลป์ หมายถึง สถานที่เก็บรวบรวม รักษา แสดงผลงาน ศิลปะร่วมสมัยในสาขาทัศนศิลป์ ที่มีระบบการบริหารจัดการ ทำหน้าที่จัดแสดงนิทรรศการศิลปะ เป็นที่พบปะสังสรรค์ และเปลี่ยนความคิดเห็นของเหล่า ศิลปินและเป็นแหล่งศึกษาทางศิลปะของสาธารณชนของหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี หอศิลป์วชิราวุธ หอศิลป์เพาะช่าง หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์ และหอศิลป์สวนดุสิต

ทัศนศิลป์ หมายถึง งานศิลปะที่นำเสนอสู่การรับรู้ชื่นชมด้วยประสาทสัมผัสทางตา ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย และงานสื่อประสม เป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับของปัจจัย ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานศิลปะภายในหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานศิลปะของหอศิลป์เพื่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
4. เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหอศิลป์ของเอกชนหรือหอศิลป์ขององค์กร มูลนิธิ นำปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์วงการท่องเที่ยวเชิงศิลปะต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดำรง ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการวิจัย โดยแบ่งสาระสำคัญของข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
6. คุณค่าและความหมายของศิลปะ
7. ความหมายของทัศนศิลป์
8. ความหมายและความสำคัญของหอศิลป์
9. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ภาพรวมของพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการตอบสนอง ความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ นักการตลาดจะ ตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) ได้ นั่นจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค ว่า คือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไรชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของเขาได้ ลักษณะของผู้บริโภค ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่ต้องการซื้อ (Needs) มี อำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และ พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ดังนี้

ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ ความต้องการดังกล่าวนี้เป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary Need) เป็นความต้องการเบื้องต้นที่ไม่ได้กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น ต้องการอาหาร ต้องการน้ำเพราะกระหาย ต้องการพักผ่อน ต้องการที่อยู่อาศัย ต้องการความสะดวกสบาย เหล่านี้เป็นต้น

1. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้ แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงแต่ความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อ ก็ยังไม่ใช่อำนาจซื้อของสินค้านั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

2. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและอำนาจซื้อแล้ว ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้อมากน้อยแค่ไหน

3. พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร เช่น ดื่มสุราแค่ไหน ที่บ้านหรือที่ร้านอาหาร ดื่มกับใคร คนเดียวหรือกับเพื่อน ดื่มเมื่อใด ดื่มมากน้อยแค่ไหน ดื่มอย่างไร สุราอย่างเดียวหรือผสมน้ำหรือผสมโซดา

สุจิตรา ริมดุสิต (2544) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ สามารถนำมาวางแผนทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการที่ถูกต้อง และผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติ เป็นต้น และปัจจัยภายนอก ได้แก่ วัฒนธรรม ชั้นของสังคม ครอบครัว เป็นต้น

รัชต์ เกิดร่วม (2548) ได้กล่าวว่า แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ เกิดจากผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่สำคัญ เช่น สื่อสารข้อมูลในการบริโภค เป็นสิ่งเร้าในการตัดสินใจบริโภคตามสังคมนิยม เช่น ความฟุ่มเฟือยของการใช้รถในราคาแพง การใช้โทรศัพท์ที่มีฟังก์ชันหลากหลายและราคาแพงนี้ เป็นปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจสูงมีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้หลายท่านด้วยกัน ได้แก่ Engle, Blackwe และ Miniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้น

ต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง ” ซึ่งผู้บริโภคจะมีปฏิกริยาตอบสนอง 2 ทาง ได้แก่

1. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายใน ไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น ความหิว การเต้นของหัวใจ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมา สามารถมองเห็นได้ซึ่งพฤติกรรมนี้ทำให้นักขายสามารถทราบได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าแล้ว มีความพึงพอใจหรือไม่ หรือความพึงพอใจนั้นอยู่ในขั้นใด จึงเรื่องง่ายที่จะเสนอขายได้ตรงเป้าหมายและเหมาะสม

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) ซึ่งพฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) หมายถึง “กระบวนการต่างๆของตัวบุคคลที่จะปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอก ” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง “พฤติกรรมของมนุษย์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือการแสดงออกของมนุษย์ (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวันนั้น แต่ละบุคคลย่อมจะมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอ และพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน”

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมเป็นเรื่องเกี่ยวกับความนึกคิด ความรู้สึก หรือการแสดงออกของบุคคล ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคลไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน และพฤติกรรมของแต่ละบุคคลนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดจากผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่สำคัญ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2525) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลจงใจหรือก่อกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำ และหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำต่อเนื่องเรื่อยไป ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องของการศึกษาถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า เกิดจากปัจจัยอิทธิพลอะไรที่เป็นตัวกำหนด หรือที่เป็นตัวสาเหตุทำให้มีการตัดสินใจซื้อดังกล่าวตามความหมายข้างต้นนี้ พฤติกรรมในขณะที่ทำการซื้อ (ที่เราได้เห็นเป็นการกระทำโดยทั่วไปของลูกค้า) จึงเป็นเพียงขั้นตอนสุดท้าย หรือปลายเหตุของกระบวนการพิจารณาตัดสินใจซื้อ และในการตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภค หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง จะประกอบด้วยอิทธิพลของปัจจัยต่างๆหลายประการ เช่น ความต้องการการเรียนรู้ ความนึกชอบพอ ทักษะคติ ความเข้าใจ หรือกลุ่มทางสังคมตลอดจนวัฒนธรรมปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ได้มีอยู่ในความนึกคิด จิตวิทยาของตนเองและตามสังคม และวัฒนธรรมแวดล้อมที่ต่างกันจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้คุณลักษณะที่แท้จริงภายในของ ผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการ ค้นหาพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์ เพื่อสามารถสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมโดยใช้ 7 คำถามค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อที่จะหาคำตอบ 7 ประการซึ่งประกอบไปด้วยคำถามต่างๆ ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบ เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบ เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและจิตวิทยา

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบ เกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organizations) ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

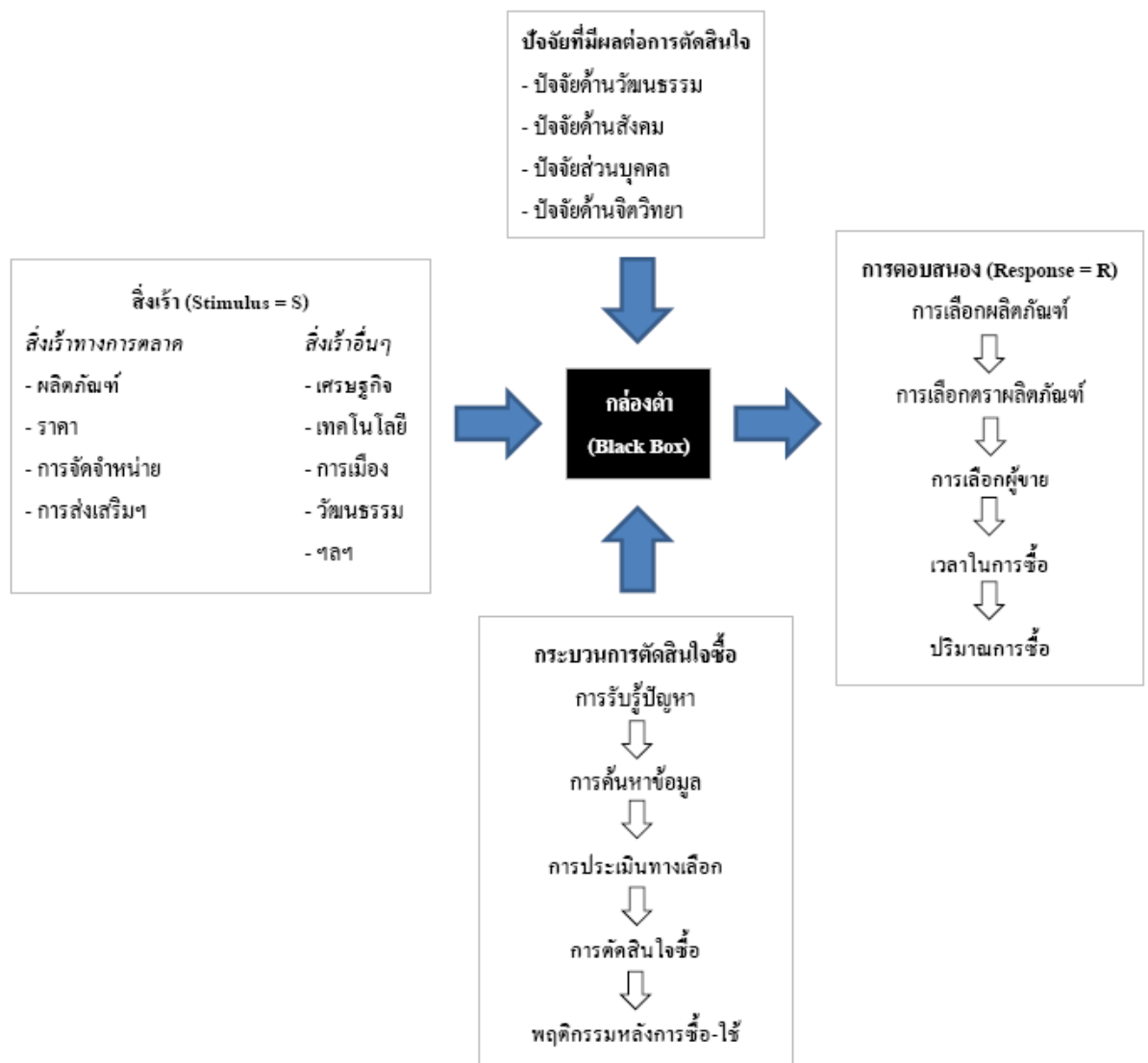
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ โอกาสในการซื้อสินค้าและบริการอื่นๆ (Occasions)

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ แหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคจะไปซื้อ (Outlets) บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เช่น ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามที่ต้องหาคำตอบเกี่ยวกับ ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Operations) ประกอบด้วยการรับรู้

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

นิตยาพร เสมอใจ และคณะ (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อเริ่มต้นจากมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของเขา ทำให้รู้สึกถึงความต้องการ จึงต้องทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งใด ก็สามารถตอบสนองความต้องการของเขาเพื่อทำการตัดสินใจซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นสิ่งตอบสนอง (Response) ในที่สุด



แสดงรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ

ที่มา: นิตยาพร เสมอใจ และคณะ, 2551.

1. สิ่งเร้า (Stimulus) คือสิ่งที่เข้ามากระทบและกระตุ้นผู้ซื้อ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าภายในที่เกิดจากความไม่สมดุลทางกายภาพหรือทางจิตใจของแต่ละบุคคล ก่อให้เกิดความต้องการที่จะรักษาสมดุลนั้น หรือจากสิ่งเร้าภายนอกที่เข้ามากระตุ้นให้เกิดความรู้สึกไม่สมดุล

เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying) ซึ่งแบ่งออกเป็น

1.1 สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดต้องพัฒนาขึ้นมา และนำมาใช้ในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดการตระหนักถึงความไม่สมดุล และเกิดความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่เหนือการควบคุม ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ เช่น สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย นโยบายทางการเมือง หรือพฤติกรรม เป็นต้น ในทางตรงข้าม สิ่งเร้าต่างๆ ที่มีลักษณะในทางลบอาจจะไม่ก่อให้เกิดการซื้อถึงแม้ว่าจะมีความต้องการเกิดขึ้นก็ตาม

2. กล่องดำ (Black Box) เป็นระบบของความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากความคิดและจิตใจของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการเข้าใจ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ รวมทั้งขั้นตอนของกิจกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อด้วย

3. การตอบสนอง (Response) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ อันเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งผู้ซื้อจะแบ่งการตัดสินใจออกเป็นขั้นๆ เริ่มจากการเลือกผลิตภัณฑ์ เลือกตราสินค้า เลือกผู้ขาย เลือกเวลาในการซื้อ และเลือกปริมาณที่จะซื้อด้วย

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ได้แก่

5.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด

5.1.1 วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อพฤติกรรมและความต้องการของบุคคล สำหรับคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมเดียวกัน จะมีค่านิยม การรับรู้ ความชอบ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

5.1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในวัฒนธรรมใหญ่จะประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อย ในขณะที่วัฒนธรรมของคนในแถบเอเชียจะคล้ายกันเมื่อเทียบกับแถบตะวันตก แต่ละประเทศในแถบเอเชียก็มีความแตกต่างกัน ในขณะที่ประเทศไทยมีวัฒนธรรมต่างจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยก็แตกต่างกัน

5.1.3 ชั้นสังคม (Social Class) เป็นการจัดแบ่งลำดับชั้นของสังคมที่มีความเหมือนและแตกต่างกัน ชั้นสังคมที่ต่างกันย่อมแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างไป และเมื่อเปลี่ยนสถานะทางสังคม คนก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามสถานะทางสังคมของตนตามไปด้วย ซึ่งจะใช้เกณฑ์ด้านอาชีพ การศึกษา รายได้ ทำเล ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

5.2 ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) คนจะได้รับอิทธิพลจากสังคมรอบข้างที่เป็นกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว รวมทั้งบทบาท และสถานะทางสังคม

5.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งจะมีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม (Membership Groups) ได้แก่

5.2.1.1 กลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นลักษณะของการติดต่อกันอย่างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ

5.2.1.2 กลุ่มอ้างอิงทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มศาสนา อาชีพ สมาคม เป็นลักษณะการติดต่อกันแบบเป็นทางการมากกว่า แต่มีความต่อเนื่องน้อยกว่า

5.2.2 ครอบครัว (Family) มีความสำคัญที่สุด และมีอิทธิพลที่สุดในกลุ่มอ้างอิงปฐมภูมิ ซึ่งปลูกฝังอบรมนิสัยให้แก่บุคคล จำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละบุคคลในครอบครัว ซึ่งจะแสดงบทบาทและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลในครอบครัวและครอบครัว

5.2.3. บทบาทและสถานภาพ (Role and Status) แต่ละบุคคลจะแสดงออกในแต่ละกลุ่มที่เป็นสมาชิกอยู่ คนหนึ่งอาจเป็นหลายบทบาท เป็นทั้งลูก แม่ เพื่อน หัวหน้า ลูกน้อง เป็นต้น ซึ่งแต่ละบทบาทก็จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และแต่ละบทบาทก็จะแสดงสถานะทางสังคมอยู่ด้วย

5.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) พฤติกรรมการซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเฉพาะของบุคคลด้วยเช่นกัน

5.3.1 อายุและขั้นของวงจรชีวิต (Age and Life Cycle Stage) พฤติกรรมและรสนิยมของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามช่วงอายุและขั้นวงจรชีวิต ตั้งแต่เป็นเด็ก จบการศึกษา และแยกครอบครัว มีบุตร บุตรเริ่มโตและแยกครอบครัว เข้าสู่วัยเกษียณ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงแต่ละช่วงอายุและวงจรชีวิต ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

5.3.2 อาชีพ (Occupation) มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของบุคคล จึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมเฉพาะกลุ่ม และพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม

5.3.3 สภาพเศรษฐกิจของบุคคล (Economic Circumstances) ประกอบด้วยรายได้ที่สามารถนำไปใช้ได้ สินทรัพย์และเงินออม หนี้สิน รวมถึงทัศนคติด้านการออมและการใช้จ่ายของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการซื้อ

5.3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน วิธีที่บุคคลใช้ในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นความสนใจ การแสดงออกทั้งความคิดเห็นและการกระทำการนำเสนอผลิตภัณฑ์ควรพิจารณาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลด้วย

5.3.5 บุคลิกลักษณะและแนวคิดของตนเอง (Personality and Self-concept) บุคลิกลักษณะบ่งบอกได้ถึงความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นตัวของตัวเอง คล้อยตามผู้อื่น มีความเป็นผู้นำ ชอบต่อต้าน หรือปรับตัวได้ดี ส่วนแนวคิดของตนเองเป็นวิธีที่บุคคลมองตนเองในแง่มุมที่แตกต่างกัน ได้แก่ แนวคิดที่มองว่าสิ่งที่เป็นตัวตนที่แท้จริง (Action Self-concept) ซึ่งจะแตกต่างจากแนวคิดที่มองตนเองในอุดมคติ (Idea Self-concept) เป็นสิ่งที่อยากจะเห็นตัวเองเป็น ซึ่งจะแตกต่างจากแนวคิดที่คิดว่าคนอื่นมองตนเอง (Their Other Self-concept Think Others see Them)

5.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ทางเลือกในการซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลักทางจิตวิทยา 4 ประการ คือ

5.4.1 การกระตุ้นเร้า (Motivation) ความต้องการของบุคคลมีความหลากหลายและอาจเกิดขึ้นพร้อมๆกัน หรือบางครั้งเกิดจากความตึงเครียด (Tension) บ้างก็เกิดจากสภาวะจิตใจ (Psychogenic) ซึ่งความต้องการต่างๆนี้ยังไม่มีแรงจูงใจมากพอที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการกระทำในทันที เพียงแต่ก่อให้เกิดความรู้สึก ดังนั้นนักการตลาดต้องสร้างการกระตุ้นเพื่อให้เกิดการกระทำ และการศึกษาทฤษฎีการจูงใจจะช่วยให้เข้าใจและสามารถนำมาปรับใช้ได้เหมาะสม

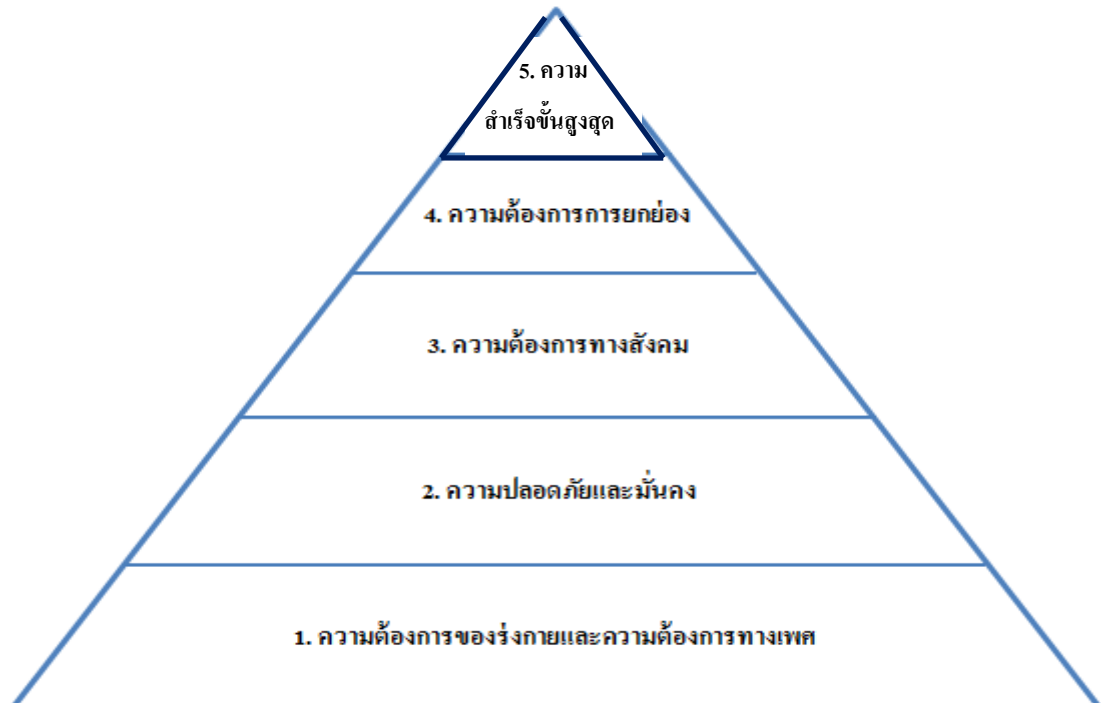
ขึ้น ซึ่งนักจิตวิทยาได้ศึกษาถึงแรงจูงใจของมนุษย์ไว้ 3 ทฤษฎี คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Freud

ได้ตั้งสมมติฐานว่า แรงผลักดันด้านจิตวิทยาที่แท้จริงนั้นเป็นตัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์อย่างมาก และส่วนใหญ่แล้วเป็นแรงผลักดันที่อยู่ใต้จิตสำนึกของมนุษย์ เช่น การสูบบุหรี่ เป็นเพราะต้องการแสดงความแข็งแกร่ง การทำขนมเค้กของแม่บ้านจะให้ความสนใจมากคล้ายกับการให้กำเนิดบุตร

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow

ต้องการของมนุษย์ตามความคิดของ Abraham Maslow แบ่งเป็น 5 ชั้น ดังนี้ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการเป็นเจ้าของและต้องการความรัก (Belongingness and Love Needs) ความต้องการชื่อเสียงและเป็นที่ยกย่องนับถือ (Esteem needs) และความต้องการความสมหวังในชีวิต (Self-Actualization Needs) ซึ่งทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ได้จัดลำดับความต้องการของมนุษย์ (Need Hierarchy) ไว้เป็น 5 ขั้นตอน



แสดงลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์

(Maslow Hierarchy of Human Needs)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541.

จากลำดับความต้องการมนุษย์ 5 ขั้นที่กล่าวมา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนี้สัจจะในการซื้อ (Felt Need) ก็มีความสำคัญ ไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน การจะซื้อบ่อย ซื้อทีละน้อยในวันหยุด ซื้อใกล้บ้าน ซื้อตอนกลับจากการทำงาน สิ่งเหล่านี้เป็นนิสัยความเคยชินในการซื้อทั้งสิ้น

3. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Herzberg)

ปัจจัย 2 ปัจจัยที่มี ผลต่อแรงจูงใจ คือ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจในการทำงาน เช่น เมื่อซื้อสินค้ามาอาจเกิดสิ่งที่ไม่พอใจ คือ ไม่มีบริการซ่อม ไม่มีบริการติดตั้ง สีไม่ถูกใจ แต่มีสิ่งทีพอใจ เช่น ราคาถูก คนขายพูดถูกใจ ร้านใกล้บ้าน สิ่งทีพอใจเหล่านี้จะไปชดเชยสิ่งทีไม่พอใจทำให้เกิดการซื้อขึ้น

5.4.2 การรับรู้ (Perception) ผู้ที่ได้รับการกระตุ้นจะพร้อมที่จะแสดงออก การแสดงออกในรูปแบบไหนนั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคล การรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งใน การเลือก (Select) การจัดการ (Organize) และการแปล (Interpret) ข้อมูลที่เป็นปัจจัยนำเข้าซึ่งส่งผลให้การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันไป เนื่องจากกระบวนการในการรับรู้ที่แตกต่างกัน

5.4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือมีการเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วขณะและกลับไปมีพฤติกรรมเดิมอีก แสดงว่าไม่เกิดการเรียนรู้ ซึ่งการเข้าใจถึงธรรมชาติของความต้องการและเป้าหมายของผู้บริโภคจะเป็นแนวทางในการสร้างสิ่งกระตุ้นและก่อให้เกิดแรงจูงใจ จนเกิดการตอบสนองในที่สุด

5.4.4 ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs and Attitude)

1. ความเชื่อ (Belief) เป็นการตัดสินใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดว่าเป็นตามสิ่งที่ตนตัดสินใจ โดยอาศัยข้อมูลจากความเป็นจริง และความรู้ของบุคคลในการตัดสินใจ เมื่อบุคคลมีความเชื่อต่อสิ่งใดก็จะยึดถือต่อความเชื่อนั้นอย่างจริงจัง เช่น เชื่อว่าไวน์ฝรั่งเศสดีกว่าไวน์ของประเทศอื่น หรือ แพ้ชั้นจากอิตาลีเป็นผู้นำและทันสมัยที่สุด เป็นต้น

2. ทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดเห็นในทางบวกหรือลบ ความรู้สึกทางอารมณ์ และแนวโน้มที่จะกระทำต่อวัตถุประสงค์หรือแนวคิดบางอย่าง ผู้คนจะไม่แปลความและตอบสนองต่อสิ่งต่างๆไปเรื่อยๆ แต่จะทำตามทัศนคติ ซึ่งการปรับเปลี่ยนทัศนคติใดๆอาจต้องทำการปรับทัศนคติอื่นด้วย

วัฒนธรรม	สังคม	บุคคล	จิตวิทยา	ผู้บริโภค
วัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม	กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและ สถานภาพ	อายุและวงจรชีวิต อาชีพ สภาพเศรษฐกิจ บุคลิกภาพและ ความคิดส่วนตัว	แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและ ทัศนคติ	การบริโภค ความพึงพอใจ ทางเลือก

แสดงรายละเอียดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ที่มา: (คอตเลอร์, 2000.)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้นและเป็นการเยือนชั่วคราว โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ

1. ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนและด้วยความสมัครใจ
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

แมค คิน ทอช (McIntosh, 1986) กล่าวว่า การท่องเที่ยวคือผลผลิตที่เกิดจากการนำทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมารวมกันไปกับบริการที่ผู้เดินทางต้องการได้รับ เช่น ที่พัก อาหาร และความสะอาด เป็นต้น

แบมเมล (Bammel, 1992) การท่องเที่ยวคือ การที่บุคคลเดินทางเพื่อเลือกชมในสิ่งที่ต้องการในรูปแบบต่างๆ เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การสำรวจ การผจญภัย การค้นหาสถานที่และประสบการณ์ใหม่ๆ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะและเกียรติคุณ

การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่งไม่ว่าเป็นการเดินทางภายในประเทศหรือการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ทั้งนี้ผู้โดยสารร่วมกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินร่วมกัน นอกจากนั้นยังให้คำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนจรดังนี้

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่มิใช่พำนักถาวรของตนซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใจการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1.นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

2.นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือพำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นซึ่งมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือพำนักอันถาวรนั้น

จุดมุ่งหมายของการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างดังต่อไปนี้

1.การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นเกมกีฬา และนันทนาการ

2.การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลักเช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

3.การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัทรวมถึงหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่หน่วยงานของบริษัทและหน่วยงานนั้น ๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อ

ธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้เช่นจัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้าหรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์ เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์เป็นต้น

4.การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนาหรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

5.การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่มเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะเช่นการเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเล่นกีฬาบางชนิด การท่องเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถาน

องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill, 1990)

1. สิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆพื้นที่ที่มีแหล่งทางธรรมชาติที่สวยงามน่าประทับใจซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติที่สวยงาม เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน เป็นต้น สภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ภูมิอากาศเป็นสิ่งที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ถ้าวางไกล สิ่งอำนวยความสะดวกเข้าไปไม่ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวก็จะน้อยลง แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะมีความประทับใจก็ตาม

1.2 วัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่คือ วิถีชีวิตของคนในพื้นที่นั้นอาจเหมือนกันหรือต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จารีต ประเพณีทั้งในอดีตและปัจจุบัน

1.3 ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนก็เพื่อต้องการเยี่ยมชมเพื่อนและญาติมิตร

1.4 แหล่งบันเทิง นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวก็เพราะมีแหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจจัดไว้ให้

2. สิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการได้แก่

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวและอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์หรือที่พักลักษณะอื่นๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่มนักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าปกติเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว การจัดอาหารในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีอาหารประจำชาติของนักท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่น

2.3 สถานที่บริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการเป็นต้น

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในการท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะเกิดความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อครอบครัว ความเพลิดเพลินในการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว

3. การขนส่ง

การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสกับสิ่งที่แตกต่างจากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย ปลอดภัย

4. การต้อนรับ

เป็นสิ่งที่สำคัญมาก ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ประชาชนจำนวนมาก

ระบบการให้บริการนักท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์(2544) ระบบการบริการเพื่อให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ระบบบริการข้อมูลข่าวสาร
2. ระบบให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย
3. การบริการที่พักแรม
4. การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
5. การบริการสินค้าและของที่ระลึก
6. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม

7.การบริการคมนาคมขนส่ง

8.การบริการบันเทิงและพักผ่อน

9.การบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนักท่องเที่ยว

การบริการธุรกิจทั้ง 7 ประเภท ภาคเอกชนมีหน้าที่ให้บริการและรับผิดชอบภายใต้การควบคุมของรัฐ โดยกฎหมายและพระราชบัญญัติคุ้มครองนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

มอริสัน(Morrison, 1989) ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทางตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมแตกต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ

1.ปัจจัยภายใน ได้แก่

- (1) ความจำเป็น ความต้องการและแรงจูงใจ
- (2) การรับรู้
- (3) การเรียนรู้
- (4) บุคลิกภาพ
- (5) รูปแบบการดำเนินชีวิต
- (6) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง
- (7) ทักษะคติ

2.ปัจจัยภายนอก ได้แก่

- (1) วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย

(2) ชั้นของสังคม

(3) กลุ่มอ้างอิง

(4) ผู้นำความคิดเห็น

(5) ครอบครัว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและเวลาว่างมากขึ้น การพัฒนาทางด้านคมนาคมและการสื่อสารตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชน

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมายและแรงกระตุ้นเป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยภายในร่างกาย สังคม และแรงจูงใจ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังต่อไปนี้

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า การชำระเงินระหว่างประเทศ

3. ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานอย่างมากมายโดยกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรงเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริมเช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

4. ก่อให้เกิดการกระจายได้รายได้ไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพ มากมายเป็นการเสริมอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือ การผลิตอาหาร ไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดี หรือ ในเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

5. ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่าง สูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหารซื้อผลิตภัณฑ์พื้นบ้านและหาก พักแรมก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจาย ไปสู่เกษตรกรรายย่อยๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีการใช้วัสดุพื้นบ้าน มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากก็ถือเป็น รายได้ที่สำคัญซึ่งจะกระตุ้นการผลิตที่เรียก ว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ใน ลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายอาจเรียก ได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมานักท่องเที่ยว นานาชาติของโลกได้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วกล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยว นานาชาติของโลกมีจำนวน 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2527 กระนั้นก็ ดี นักวิชาการทางการท่องเที่ยวยังเชื่อว่าการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันแค่เพียงการเริ่มต้น เท่านั้นเพราะประชากรโลกเพิ่มขึ้นตลอดเวลาในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถ

ขนส่งผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะผู้มีรายได้สูงตั้งแต่ก่อนเท่านั้น การท่องเที่ยวถือว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิตเพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้นเช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่นตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน สิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศเช่นด้านการเกษตรหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

8. ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เพื่อเป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่เดิมนับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ

1. ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นเมื่อประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ ทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุข
2. ช่วยสร้างความเจริญไปสู่ภูมิภาคอื่นๆเมื่อเกิดการท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าเป็นคนไทย หรือต่างชาติก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้น เช่น โรงแรมภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็ต้องมีผู้ลงทุนในหลายลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นนั้น
3. ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวสังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปีจึงมีวัฒนธรรม ระเบียบ ประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น เป็นต้น ที่เป็นเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่นเหล่านั้น

4. ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติถูกทำลายเมื่อความเจริญทางวัตถุเข้าไปถึงซึ่งการท่องเที่ยวได้อาศัยสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงได้ให้ความช่วยเหลือในการฟื้นฟูธรรมชาติให้กลับคืนมาและใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวต่อไป นอกจากนี้สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ได้รับการฟื้นฟูให้กับสภาพเดิมหรือสิ่งแวดล้อมที่ดีอยู่แล้วจำเป็นต้องได้รับการปกป้องรักษาไว้มิให้บุคคลหรือภัยธรรมชาติเข้ามาทำลาย การท่องเที่ยวได้ขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและต่างประเทศโดยองค์กรต่างๆ เพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเช่น โครงการ โลกสีเขียวเป็นต้น เพื่อช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่เพื่อประโยชน์ของประชาชนทั้งโลกมิใช่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปไหนก็เชื่อมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

ความหมายการจัดการ

เชอมาฮอน (Schemahorn, Jr, 1999) ให้ความหมายว่า การจัดการคือ กระบวนการทำงานที่ประกอบไปด้วยการวางแผนและการควบคุมทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่เพื่อให้ดำเนินงานบรรลุซึ่งเป้าหมายขององค์กร

การจัดการ หมายถึง ภารกิจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคน(ที่เรียกว่าผู้บริหาร) ที่เข้ามาทำหน้าที่ประสานให้การทำงานของบุคคลที่ต่างฝ่ายต่างทำและไม่อาจประสบผลสำเร็จจากการแยกกันทำให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยดี (Donnel, Gibsons และ Ivancevich, 1978 อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงศ์ 2545)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวว่า การจัดการ เป็นกระบวนการออกแบบและรักษา สภาพแวดล้อมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่เลือกสรรไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารมีหน้าที่ในการวางแผนการจัดการองค์กร การจัดบุคคลเข้าทำงาน การชักนำ และการควบคุมการจัดการเป็น กิจกรรมที่สำคัญในทุกระดับขององค์กร

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) กล่าวว่า การจัดการ หรือการบริหารคือ ศิลปะในการ ดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน

การจัดการองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และควบคุมกิจการ ให้ดำเนินไปตาม นโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่วางไว้ได้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด

การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการสั่งการและการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น

การจัดการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Management หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งหมดในการบริหาร ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) และวิธีการจัดการ (Management) หรือ 4M's ให้มีประสิทธิภาพและได้ผลผลิตสูงที่สุด (ลีลา สีนานุเคราะห์, 2530)

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นว่าจัดการมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

- 1.การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน
- 2.การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์
- 3.การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคล

จากความหมายการจัดการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการ ทำงาน ประกอบไปด้วยทรัพยากรในการจัดการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงานที่ได้วางเอาไว้อย่าง มีประสิทธิภาพ

ธงชัย สันติวงศ์ (2545) กล่าวถึงทรัพยากรในการจัดการว่าประกอบไปด้วย

- 1.คน (Man) คือ ทรัพยากรที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะก่อผลสำเร็จให้กับ กิจการได้อย่างมากทั้งปริมาณและคุณภาพ

2. เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่จัดหาและซื้ออย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

3. เงินทุน (Money) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและอำนวยความสะดวกให้กิจกรรมขององค์กรดำเนินไปได้อย่างไม่ติดขัด ซึ่งเงินทุนนี้มีทั้งระยะสั้น ระยะยาว รวมถึงราคาต้นทุนของเงิน คือดอกเบี้ยอีกด้วย

4. วัสดุสิ่งของ (Material) เป็นปัจจัยที่ต้องจัดหามาใช้ในการดำเนินการผลิตหรือการบริการ

4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

มาสโลว์ (Maslow, 1970) กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง ซึ่งจะเริ่มพัฒนาความต้องการในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ก่อน เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้วมนุษย์ก็จะเกิดความต้องการในระดับสูงกว่าต่อไปโดยลำดับ ความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ความต้องการด้านกายภาพ (Physical Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานและเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีพ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการความมั่นคง ปลอดภัยในชีวิต รวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นทางใจ
3. ความต้องการด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการให้สังคมยอมรับตนเข้าเป็นสมาชิก การได้รับความเป็นมิตรและจากคนรอบข้าง
4. ความต้องการทางด้านชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้สังคมหรือบุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญ

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จ (Self Actualization) เป็นความต้องการที่ยากแก่การ
เสาะแสวงหา

เดรฟเวอร์ (Drever, 1975) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับ
ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in Feeling) ที่ได้รับ
ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เบนจามิน (Benjamin, 1975) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก
(feeling) มีความสุข เมื่อเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Needs)
แรงจูงใจ (Motivation)”

เชลลี่ (Shelly, 1975) กล่าวว่า ความรู้สึก 2 แบบ ของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก
และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวก คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข
ซึ่งความสุขนี้จะมีความสุขในทางบวก ความรู้สึกในทางลบ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้
เกิดความทุกข์และความกังวล ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบมีความสัมพันธ์
กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสองนี้รวมเรียกว่าระบบความ
พอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถ
แสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้
เกิดความพอใจเพิ่มอีกได้ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่
ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพอใจ คือการศึกษาว่า
ทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใด เป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์
ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจาก
ทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีการจัดการทรัพยากร
อย่างถูกต้อง เหมาะสม

วิลลิสทรี ทรียงกูร (2526) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของ
คนเรานี้สัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกันเช่น
ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

เมตตา เสวตเลข (2539) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์คูสิต ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกประทับใจ หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับและจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตได้โดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน

จากความหมายความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รวบรวมมานี้ ผู้วิจัยสรุปว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองจากสิ่งหนึ่งสิ่งใด และเป็นทัศนคติในทางบวก

5.แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

ทวี เสรมัญญ (2520) ความคิดเห็นเป็นสิ่งที่แสดงความรู้สึกที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจจะเป็นไปในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้นก็ได้

บุญธรรม คำพ้อ (2520) ความคิดเป็นของบุคคลจะเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งคุณสมบัติประจำตัวบางอย่างเช่น พื้นฐานความรู้ประสบการณ์ในการทำงานและการติดต่อระหว่างบุคคลและกลุ่มที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งนี้เพราะพื้นฐานความรู้อันเป็นกระบวนการทางสังคม กรณีที่ได้รับจากการศึกษามาเป็นเวลานานหลายปี จะเป็นรากฐานก่อให้เกิดความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

ประชา พรหมนอก (2529) การแสดงออกทางเจตคติที่ออกมาเป็นคำพูดเป็นการสรุป หรือการลงความเห็น โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่

จากคำจำกัดความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็นหมายถึงการแสดงออกทางด้าน ความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานจากคุณสมบัติประจำตัวแต่ละบุคคล อาทิ ความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้อาจ จะเป็นไปในทางเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยสิ่งนั้น

6. คุณค่าและความหมายของศิลปะ

ศิลปะเป็นคำที่มีความหมายทั้งกว้างและจำเพาะเจาะจง ทั้งนี้ย่อมแล้วแต่ทัศนะของแต่ละ คน แต่ละสมัยที่จะกำหนดแนวความคิดของศิลปะให้แตกต่างกันออกไป หรือแล้วแต่ว่าจะมีใคร นำคำว่าศิลปะนี้ไปใช้ในแวดวงที่กว้างหรือจำกัดอย่างไร (ปริญชรอแลวิทยลัย , 2553: ออนไลน์)

ในสมัยโบราณ นักปราชญ์ได้ให้ความหมายของศิลปะ (Art) ไว้ว่า ศิลปะ คือ สิ่งที่มนุษย์ สร้างขึ้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เพราะฉะนั้น ดิน ไม้ ภูเขา ทะเล น้ำตก ความงดงาม ต่างๆ ตามธรรมชาติจึงไม่เป็นศิลปะ ดอกไม้ที่เห็นว่าสวยสดงดงามนักหนา ก็ไม่ได้เป็นศิลปะ เลย ถ้าหากเรายึดถือตามความหมายนี้แล้ว สิ่งที่มนุษย์สร้างสร้างขึ้นทั้งหลาย ก็ล้วนแล้วแต่เป็น ศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นภาพวาด ภาพพิมพ์ งานปั้น งานแกะสลัก เสื้อผ้า อารมณ์ เครื่องประดับ ที่อยู่ อาศัย ยานพาหนะ เครื่องใช้สอย ตลอดจนถึงอาวุธที่ใช้รบราฆ่าฟันกัน ก็ล้วนแต่เป็นศิลปะทั้งสิ้น ไม่ว่าจะมนุษย์สร้างสิ่งที่ดีงาม เลิศหรือลึกลับ หรือน่าเกลียดน่าชังอย่างไรก็ตาม ล้วนแต่เป็นงาน ศิลปะอย่างนั้นหรือไม่

ศิลปะเป็นผลงานการสร้างสรรค์

ในสมัยต่อมา มีผู้ให้ความหมายของศิลปะว่า ศิลปะเป็นผลงานการสร้างสรรค์ ซึ่งใน ความหมายนี้เราต้องมาตีความหมายของคำว่า "การสร้างสรรค์" กันเสียก่อน การสร้างสรรค์ หรือที่ภาษา อังกฤษเรียกว่า "Creative" นั้น คือ การทำให้เกิดบางสิ่งบางอย่างขึ้นมา ซึ่งบางสิ่ง บางอย่างนั้นไม่เคยมีอยู่มาก่อน ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ หรือความคิด ดังนั้น สิ่งที่จะ เป็นงานสร้างสรรค์ได้จะต้องเป็นประดิษฐ์กรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในโลก หรือเป็น กระบวนการใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อกระทำการบางสิ่งบางอย่างให้ประสบผลสำเร็จ หรือเป็น

การสร้างแนวคิดใหม่ ที่จะนำไปสู่วิธีการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ นี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์ เพราะแนวคิดใหม่ จะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการ หรือวิธีการใหม่ๆ ที่จะนำไปสู่ผลผลิตหรือประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นมาในโลก และตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของมนุษย์ได้ เพื่อแทนที่ผลผลิต หรือประดิษฐ์กรรมเดิม ที่ตอบสนองได้ไม่พอเพียงหรือไม่เป็นที่พอใจ การสร้างสรรค์ในอีกความหมายหนึ่งจึงเกิดขึ้น คือ เป็นการทำให้ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งมีหลายๆวิธี โดยอาจเป็นการปรับปรุงกระบวนการใหม่ให้ได้ผลผลิตมากกว่าเดิมหรือเป็นการปรับปรุงรูปแบบผลผลิตใหม่ โดยใช้วิธีการเดิม แต่ผลผลิตมีคุณภาพมากขึ้น แต่ไม่ว่าจะป็นรูปแบบใด ๆ ก็ตาม เป็นการกระทำให้เกิดขึ้น จากการใช้แนวคิดแบบใหม่ๆทั้งสิ้น และเป็นผลของวิธีการคิดที่เรียกว่า "ความคิดสร้างสรรค์"

ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่อยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและบรรยากาศที่เอื้ออำนวย ความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะอย่างแยกกันไม่ออกหรืออาจกล่าวได้ว่าศิลปะเป็นผลงานจากความคิดสร้างสรรค์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ศิลปะเป็นผลจากความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นสิ่งใดก็ตามที่มีความคิดสร้างสรรค์ ก็สามารถสร้างงานศิลปะได้ จากตอนต้นที่กล่าวว่า ศิลปะเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น แสดงว่ามนุษย์เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถสร้างงานศิลปะได้ แต่นอกเหนือจากมนุษย์แล้วจะยังมีสิ่งอื่นๆ อีกหรือไม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ จากประวัติศาสตร์ของมนุษย์และการศึกษาค้นคว้า ทางวิทยาศาสตร์ เราจะพบว่าสัตว์โลกหลายๆชนิดมีความคิด รู้จักความรักและมีสัญชาตญาณ แต่สิ่งเหล่านั้นจะจัดเป็นความคิดสร้างสรรค์หรือไม่ สัตว์ทั้งหลายสามารถสร้างหรือกระทำสิ่งใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าเดิมหรือไม่ รู้จักพัฒนาแนวคิด กระบวนการ และผลผลิตให้ดีกว่าเดิมหรือไม่

หากเราจะเปรียบเทียบย้อนหลังไปเมื่อหลายหมื่นหรือแสนปีก่อนหน้านี้ เมื่อมนุษย์ยังอยู่ในถ้ำ ยังไม่สวมเสื้อผ้า เก็บผลไม้กินหรือไล่จับสัตว์กินเป็นอาหารซึ่งมีชีวิตไม่ต่างจากสัตว์ทั้งหลาย ในทุกวันนี้ แต่ปัจจุบัน มนุษย์มีบ้านอยู่สบาย มีเครื่องแต่งกายสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายสามารถไปได้ทั้งบนน้ำ ในน้ำ ในอากาศและอวกาศ มีเมือง มีระบบสังคม มีระเบียบปฏิบัติร่วมกัน มีกระบวนการพัฒนามนุษย์ที่จะสืบทอดดำรงเผ่าพันธุ์ต่อไป มีจริยศาสตร์ มีศาสนาและพิธีกรรมมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย กระจายไปทั่วโลก ขณะที่สัตว์โลกอื่นๆ ยังคงดำรงชีวิตอยู่เดิมๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก ข้อ

แตกต่างกัน บางทีอาจเป็นสิ่งพิสูจน์ได้ว่ามนุษย์เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์เพียงหนึ่งเดียวบนโลกนี้ ดังนั้น ศิลปะจึงเป็นเรื่องของมนุษย์สร้างขึ้นโดยมนุษย์และเพื่อมนุษย์เท่านั้น

จากข้อความข้างต้นที่กล่าวมาเราอาจสรุปได้ว่า ศิลปะเป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งในความหมายเช่นนี้ แสดงว่าสิ่งต่างๆที่มนุษย์คิดค้นกระทำขึ้นมา ทั้งที่เป็นการกระทำใหม่ๆหรือเป็นการกระทำสิ่งต่างๆให้ดีขึ้นกว่าเดิมล้วนแต่เป็นงานศิลปะทั้งสิ้น อย่างนั้นหรือไม่ ถ้าเป็นอย่างนั้น แนวคิดใหม่ วิธีการใหม่ ประดิษฐ์กรรมใหม่ ความเชื่อใหม่ ศาสนาใหม่ ตลอดจนถึงการดำรงชีวิตแบบใหม่ อาวุธใหม่ การสร้างความหายนะให้กับผู้อื่นด้วยวิธีการใหม่ ก็เป็นศิลปะอย่างนั้นหรือ การทำลายล้างด้วยอาวุธใหม่ๆ รวดเร็วรุนแรง สร้างความเสียหายใหญ่หลวงจะถูกยกย่องว่าเป็นผลงานศิลปะชั้นเยี่ยมหรือไม่

ศิลปะคือความงาม

เมื่อเราพูดถึงศิลปะ เรามักจะหมายถึง ความงาม แต่ความงามในที่นี้เป็นเรื่องของคุณค่า (Value) ที่เป็นคุณค่าทางสุนทรียะ แตกต่างจากคุณค่าทางเศรษฐกิจ ที่เป็นราคาของวัตถุ แต่เป็นคุณค่าต่อจิตใจ ความงามเกิดขึ้นด้วยอารมณ์ มิใช่ด้วยเหตุผล ความคิด หรือข้อเท็จจริง คนที่เคร่งครัดต่อเหตุผลหรือเพ่งเล็งไปที่คุณค่าทางวัตถุจะไม่เห็นความงาม คนที่มีอารมณ์ละเอียดอ่อนไหว จะสัมผัสความงามได้ ง่ายและรับได้มาก ความงามให้ความยินดี ให้ความพอใจได้ทันทีโดยไม่ต้องมีเหตุผล ความยินดีนั้น เกิดขึ้นเองโดยไม่มีการบังคับ ความงามนั้นเกี่ยวข้องกับวัตถุก็จริง แต่มิได้เริ่มที่วัตถุ มันเริ่มที่อารมณ์ของคน ดังนั้น ความงามจึงเป็นอารมณ์ เป็นสุนทรียะหรือเป็นอารมณ์ที่ก่อให้เกิดความสุนทรีย์ เป็น 1 ใน 3 สิ่งที่เกิดความสุขกับมนุษย์ ซึ่งได้แก่ ความดี ความงาม และความจริง ผู้ที่ยอมรับและเห็นในคุณค่าของทั้งสามสิ่งนี้จะเป็นผู้มีความสุข เนื่องจากความงามเป็นอารมณ์ เป็นสิ่งที่อยู่ในความรู้สึกนึกคิด ความงามจึงเป็นนาม ธรรม ดังนั้น การสร้างสรรค์งานศิลปะ ก็เป็นการถ่ายทอดความงามผ่านสื่อวัสดุต่างๆออกมา เพื่อให้ผู้อื่นได้สัมผัส ได้พบเห็น ได้รับรู้ สื่อต่างๆจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ทางความงามที่แตกต่างกันตามค่านิยมของแต่ละบุคคล ความงามไม่ใช่ศิลปะ เนื่องจากว่าความงามไม่จำเป็นต้องเกิดจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ในธรรมชาติก็มีความงามเช่นกัน เช่น บรรยากาศขณะที่พระอาทิตย์ขึ้น หรือตกดิน ความสวยงามสดชื่นของดอกไม้ ทิวทัศน์ธรรมชาติต่างๆ เป็นต้น งานศิลปะที่ดีจะให้ความพึงพอใจในความงามแก่ผู้ชมในขั้นแรก และจะให้ความสะเทือนใจที่คลี่คลายกว้างขวางยิ่งขึ้นด้วยอารมณ์ทางสุนทรียะของผลงานศิลปะนั้นในขั้นต่อไป ความงามในงานศิลปะออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ความงามทางกาย (Physical Beauty) เป็นความงามของรูปทรงที่กำหนดเรื่องราว หรือเกิดจากการประสานกลมกลืนกันของทัศนธาตุ เป็นผลจากการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ

2) ความงามทางใจ (Moral Beauty) ได้แก่ ความรู้สึก หรืออารมณ์ที่แสดงออกมาจากงานศิลปะหรือ ที่ผู้ชมสัมผัสได้จากงานศิลปะนั้นๆ

ในงานศิลปะชิ้นหนึ่งๆ มีความงามทั้ง 2 ประเภทอยู่ร่วมกัน แต่อาจแสดงออกอย่างใดอย่างหนึ่งมากขึ้นขึ้นอยู่กับประเภทของงาน เจตนาของผู้สร้างและการรับรู้ของผู้ชมด้วย

ความงามในศิลปะเป็นการสร้างสรรค์ล้วนๆ ไม่เกี่ยวข้องกับความงามวัตถุนิยมในธรรมชาติ เป็นความงามที่แสดงออกได้ แม้ในสิ่งที่น่าเกลียด หัวข้อ เรื่องราว หรือเนื้อหาที่ใช้สร้างงานนั้น อาจน่าเกลียด แต่เมื่อเสร็จแล้ว ก็ยังปรากฏความงามที่เกิดจากอารมณ์ที่ศิลปินแสดงออก ดังนั้นความงามจึงเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่ว่าด้วยความงามที่ศิลปินแสดงออกในงานศิลปะซึ่งเรียกว่า "สุนทรีย ศาสตร์" มีข้อความที่ใช้กัน มาตั้งแต่สมัยเรอเนซองส์จนถึงทุกวันนี้ว่า "ศิลปะมิได้จำลองความงาม แต่สร้างความงามขึ้น"

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า "ศิลปะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความงาม และความพึงพอใจ" ที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์สืบเนื่องกันมาตั้งแต่อดีตอันยาวนาน จนถึงปัจจุบัน และจะสร้างสรรค์สืบต่อไปในอนาคตให้อยู่คู่กับเผ่าพันธุ์มนุษย์ไปตราบนานเท่านาน โดยมีการสร้างสรรค์ พัฒนารูปแบบต่างๆ ออกไปอย่างมากมายไม่มีที่สิ้นสุด

ศิลปะในความหมายต่างๆ

ศิลปะ แต่เดิมหมายถึง งานช่างฝีมือ เป็นงานที่มนุษย์ใช้สติปัญญาสร้างสรรค์ขึ้นด้วยความประณีตวิจิตรบรรจง ฉะนั้น งานศิลปะจึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นผลงานที่มนุษย์ใช้ปัญญาความศรัทธา และความพากเพียรพยายามสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ คำว่า Art ตามแนวสากลนั้น มาจากคำ Arti และ Arte ซึ่งเริ่มใช้ในสมัยฟื้นฟูศิลปวิทยา ความหมายของคำ Arti นั้น หมายถึงกลุ่มช่างฝีมือในศตวรรษที่ 14, 15 และ 16 คำ Arte มีความหมายถึงฝีมือ ซึ่งรวมถึงความรู้ของการใช้วัสดุของศิลปิน ด้วย เช่นการ การผสมสีลงพื้นสำหรับการเขียนภาพสีน้ำมัน หรือการเตรียมและการใช้วัสดุอื่นอีก การจำกัดความให้แน่นอนลงไปว่าศิลปะคืออะไร นั้น เป็นเรื่องยาก เพราะว่า ศิลปะเป็นงานสร้างสรรค์ ศิลปินมีหน้าที่ สร้างงานที่มีแนวคิดและรูปแบบแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทฤษฎีศิลปะในสมัยหนึ่งอาจขัดแย้งกับของอีกสมัยหนึ่งอย่าง

ตรงกันข้าม และทฤษฎีเหล่านั้นก็ล้วนเกิดขึ้นภายหลังผลงานสร้างสรรค์ที่เปลี่ยนแปลงและก้าว
ล้ำหน้าไปก่อนแล้วทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ทักษะเกี่ยวกับ ความหมายของศิลปะได้ถูกกำหนดตาม
การรับรู้ และตามแนวคิดต่างๆอย่างกว้างขวาง โดยบุคคลต่างๆซึ่งพอยกตัวอย่างได้ดังนี้

ศิลปะ คือ ผลงานการสร้างสรรค์รูปลักษณ์แห่งความพึงพอใจขึ้นมา และรูปลักษณ์ก่อให้เกิด
อารมณ์ รู้สึกในความงาม อารมณ์รู้สึกในความงามนั้นจะเป็นที่พึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อ ประสาท
สัมผัสของเรา ชื่นชมในเอกภาพ หรือความประสมกลมกลืนกันในความสัมพันธ์อันมีระเบียบ
แบบแผน

ศิลปะคือสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความรู้สึก สติปัญญา ความคิด และ/
หรือความงาม (ชลูด นิมเสมอ, 2534)

ศิลปะ เป็นผลงานที่เกิดจากการแสดงออกของอารมณ์ ปัญญา และทัศนคติ รวมทั้งทักษะความ
ชำนาญ ชำนาญของมนุษย์ การสร้างสรรค์งานศิลปะในปัจจุบันมีแนวโน้มไปในทางการสร้างสรรค์
และการแสดงออกของอารมณ์และความคิด ดังนั้นงานศิลปะนั้นอย่างน้อยที่สุดควรก่อให้เกิด
อารมณ์และความคิดสร้างสรรค์ กล่าวคือ เป็นงานที่สื่อให้ผู้ชมเกิดจินตนาการ นอกจากนั้น งาน
ศิลปะที่ดีควรมีคุณค่าทางความงามซึ่งเกิดจากการใช้องค์ประกอบของสุนทรียภาพ

7.ความหมายของทัศนศิลป์

ทัศนศิลป์ คือ กระบวนการถ่ายทอดผลงานทางศิลปะ การทำงานศิลปะอย่างมีจินตนาการความคิด
สร้างสรรค์มีระบบระเบียบเป็นขั้นเป็นตอนการสร้างสรรค์งานอย่างมีประสิทธิภาพสวยงาม มี
การปฏิบัติงานตามแผนและมีการพัฒนาผลงานให้ดีขึ้นต่อเนื่อง (คัมภีร์วิปีพีไทยแดนซ์, 2554 :
ออนไลน์)

ทัศนศิลป์คือการรับรู้ทางจักขุประสาท โดยการมองเห็น สสาร วัตถุ และสรรพสิ่งต่างๆ
ที่เข้ามากระทบ รวมถึงมนุษย์ และสัตว์ จะด้วยการหยุดนิ่ง หรือเคลื่อนไหวก็ตาม หรือจะด้วยการ
ปรุงแต่ง หรือไม่ปรุงแต่งก็ตาม ก่อให้เกิดปัจจัยสมมุติต่อจิตใจ และอารมณ์ของมนุษย์ อาจ
เป็นไปในทางเดียวกันหรือไม่ก็ตาม

ทัศนศิลป์เป็นการแปลความหมายทางศิลปะ ที่แตกต่างกันไปแต่ละมุมมอง ของแต่ละบุคคล ในงานศิลปะชิ้นเดียวกัน ซึ่งไร้ขอบเขตทางจินตนาการ ไม่มีกรอบที่แน่นอน ขึ้นกับอารมณ์ของบุคคลในขณะทัศน.. ศิลป์ นั้น

แนวคิดทัศนศิลป์เป็นศิลปะที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็น ได้แก่รูปภาพวิจิตรทัศนศิลป์ทั่วไปเป็นสำคัญอันดับต้นๆ รูปภาพคนเหมือน ภาพถ่าย ภาพสิ่งของต่างๆก็ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของทัศนศิลป์ด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งถ้ากล่าวว่ทัศนศิลป์เป็นความงามทางศิลปะที่ได้จากการมองเห็น หรือ ทัศนาศิลป์ นั้นเอง

จิตรกรรมหมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานทัศนศิลป์บนพื้นระนาบด้วยวิธีการลาก การระบายสีลงบนพื้นผิววัสดุที่มีความราบเรียบ เช่นกระดาษ ผ้าใบ แผ่นไม้ เป็นต้น เพื่อให้เกิดเรื่องราวและความงามตามความรู้สึกนึกคิดและจินตนาการของผู้วาด

ประติมากรรม (Sculpture) ประติมากรรม หมายถึง การสร้างงานทัศนศิลป์ที่เกิดจากการปั้น การแกะสลัก การหล่อ การเชื่อม เป็นต้น โดยมีลักษณะ 3 มิติ คือ มีความกว้าง ความยาว และความหนา เช่นรูปคน รูปสัตว์ รูปสิ่งของ เป็นต้น ประติมากรรมจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1) แบบนูนต่ำ (Bas-Relief) เป็นการปั้นหรือสลักโดยให้เกิดภาพที่นูนขึ้นจากพื้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เช่น รูปบนเหรียญต่างๆ (เหรียญบาท เหรียญพระห้อยค้ว) เป็นต้น

2) แบบนูนสูง (High- Relief) เป็นการปั้นหรือสลักให้รูปที่ต้องการนูนขึ้นจากพื้นหลังมากกว่าครึ่งเป็นรูปที่สามารถแสดงความตื้นลึกตามความเป็นจริง เช่น ประติมากรรมที่ฐานอนุสาวรีย์ เป็นต้น

3) แบบลอยตัว (Round- Relief) เป็นการปั้นหรือสลักที่สามารถมองเห็นและสัมผัส ขึ้นชมความงามของผลงานได้ทุกด้านหรือรอบด้าน เช่นพระพุทธรูป เป็นต้น

สถาปัตยกรรม (Architectures) สถาปัตยกรรม หมายถึง ศิลปะและวิทยาการแห่งการก่อสร้างที่นำมาทำเพื่อสนองความต้องการในด้านวัตถุและจิตใจ มีลักษณะเป็นสิ่งก่อสร้างที่สร้างอย่างงดงาม

แบบเปิด หมายถึง สถาปัตยกรรมที่มนุษย์สามารถเข้าไปใช้สอยได้ เช่น อาคารเรียน ที่พักอาศัย เป็นต้น

แบบปิด หมายถึง สถาปัตยกรรมที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าไปใช้สอยได้ เช่นสถูป เจดีย์

ภาพพิมพ์ (Printing) หมายถึง ผลงานศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นมาด้วยวิธีการพิมพ์ ด้วยการกดแม่พิมพ์ให้ติดเป็นภาพบนกระดาษ เช่นแม่พิมพ์ไม้ แม่พิมพ์โลหะ เป็นต้นภาพพิมพ์สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

พิมพ์ผิวฉนวน (Relief Process) เป็นกระบวนการพิมพ์ให้เกิดส่วนลึกและนูนหรือมีความแตกต่างทางผิวพื้นของแม่พิมพ์ด้วยการแกะ หล่อ กัดด้วยกรด หรือวิธีอื่นๆ เช่น ภาพพิมพ์แกะไม้ ภาพพิมพ์โลหะ เป็นต้น

พิมพ์ร่องลึก (Intaglio Process) เป็นการพิมพ์ที่ตรงกันข้ามกับกระบวนการพิมพ์ผิวฉนวน ได้แก่ เอชชิง เป็นต้น

พิมพ์พื้นราบ (Plano Graphic Process) กลวิธีนี้รู้จักในนามของภาพพิมพ์หิน

พิมพ์ฉากพิมพ์ (Seri Graphic Process) การพิมพ์แบบนี้ที่รู้จักกันดีคือการพิมพ์ตัดกระดาษ เป็นต้น

8. ความหมายและความสำคัญของหอศิลป์

8.1 ความสำคัญของหอศิลป์

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของหอศิลป์ไว้ว่า หอศิลป์คือแหล่งข้อมูลทางศิลปะ และมีหน้าที่ช่วยส่งเสริมในการเรียนรู้ และเป็นส่วนสำคัญของการศึกษา (ธารินทร์ นิมมานเหมินท์, 2539) วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2539) กล่าวว่า หอศิลป์เป็นแหล่งที่สะสมงานศิลปกรรม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของศิลปินในแต่ละยุค แต่ละสมัย ดังนั้น หอศิลป์จึงเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลของนักศึกษาทัศนศิลป์เพื่อศึกษาแบบอย่าง แนวความคิดและเทคนิควิธีการเพื่อนำไปพัฒนา และวิเคราะห์งานศิลป์ของตน ในด้านประโยชน์ของการเข้าชมผลงานศิลปะในหอศิลป์นั้น คานาทานิ (Kanatani, 1998) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ ทักษะทัศนศิลป์ต่อจากห้องเรียนได้ เพราะได้เรียนรู้จากผลงานจริง ฮูเปอร์-กรีนฮิลล์ (Hooper-Greenhill, 1991) กล่าวว่า การได้เรียนรู้จากผลงานจริงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะทำให้เกิดการพัฒนาทางความคิดที่หลากหลายด้วยตนเอง ทำให้รู้จักการเปรียบเทียบ และเชื่อมโยงความรู้ ขยายขอบข่ายจากความรู้ไปสู่ความรู้ จากการสังเกต ไปสู่การกระทำให้เกิดผลจริงขึ้นมา ซึ่ง การเข้าชมนิทรรศการผลงานศิลปะในหอศิลป์เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้และนำไปสู่การพัฒนาผลงานศิลปะของผู้ที่ปฏิบัติทางทัศนศิลป์ให้มีความสมบูรณ์ขึ้นได้ เพราะทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของแนวคิด องค์ประกอบ รวมทั้งเทคนิค

การสร้างสรรค์งาน เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักศิลปินจะได้มีผลงานทางศิลปะที่วิวัฒนาการก้าวหน้ายิ่งขึ้นเทียบเท่าต่างประเทศ

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าความสำคัญของหอศิลป์ คือ การเป็นสถาบันที่เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ทางทัศนศิลป์ ซึ่งผู้ชม นักท่องเที่ยวที่นิยมงานศิลป์ สามารถพัฒนาความคิด ศึกษาเทคนิคและวิธีการถ่ายทอดทางทัศนศิลป์โดยผ่านการเรียนรู้จากผลงานจริงที่จัดแสดงภายหอศิลป์ เพื่อจะได้มีผลงานที่น่าชื่นชม และผลิตผลงานให้กับผู้เข้าชม

8.2 ความหมายของหอศิลป์

สภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ ICOM (International Council of Museum) และนักวิชาการพิพิธภัณฑ์ได้นิยามความหมายของหอศิลป์ไว้ดังนี้ (ปัญญาไทย, 2554: ออนไลน์)

สภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติได้ให้คำจำกัดความแก่สถาบันที่ถือว่าเป็น “พิพิธภัณฑ์” (Museum) ไว้ว่า เป็นสถาบันที่ไม่หวังผลกำไร ทำหน้าที่รวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัยและจัดแสดงสิ่งซึ่งเป็นหลักฐานที่มีความสำคัญแก่มนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า การศึกษา ความเพลิดเพลิน ความหมายของ Museum ได้ครอบคลุมถึงหอศิลป์ หอสมุด โบราณสถาน อนุสรณ์สถาน สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่สงวนสัตว์น้ำ และสถานที่เขตสงวน

สถาบันสมิธ โซเนียน (Smithsonian institution) เป็นสถาบันวิจัย สถาบันการศึกษาและพิพิธภัณฑ์ ที่บริหารจัดการและได้งบประมาณจากรัฐบาลของสหรัฐอเมริกาและจากทุนผู้บริจาค รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายออกกร้านและค่าสมาชิกนิตยสารหน่วยงานหลักตั้งอยู่อยู่ที่กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. มีพิพิธภัณฑ์มากมายและหอศิลป์ในเครือสถาบันสมิธ โซเนียนมากมายเช่น หอศิลป์ในเครือสถาบันสมิธโซเนียน (Smithsonian, 2010)

พิพิธภัณฑ์แอนนาคอสเตีย (Anacostia Museum) เก็บรวบรวมและจัดแสดงศิลปะของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาวแอฟริกันอเมริกัน

หอศิลป์อาเธอร์ เอ็ม แซ็คเคิลอร์ (Arts and Industries Building) เป็นสถานที่แสดงศิลปะจากประเทศต่าง ๆ ในทวีปเอเชีย

หอศิลป์ฟรีเออร์ (Freer Gallery or Art) เก็บรวบรวม และจัดแสดงศิลปะจากทวีปเอเชีย ตะวันออก, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชีย

พิพิธภัณฑ์เฮอร์ซอร์นและสวนประติมากรรม (Hirshhorn Museum and Sculpture Garden) เก็บรวบรวมและจัดแสดงประติมากรรมร่วมสมัยและสมัยใหม่

พิพิธภัณฑ์ศิลปะแอฟริกันแห่งชาติ (Nation Museum of African Art) เก็บรวบรวมและจัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรมจากทวีปแอฟริกา

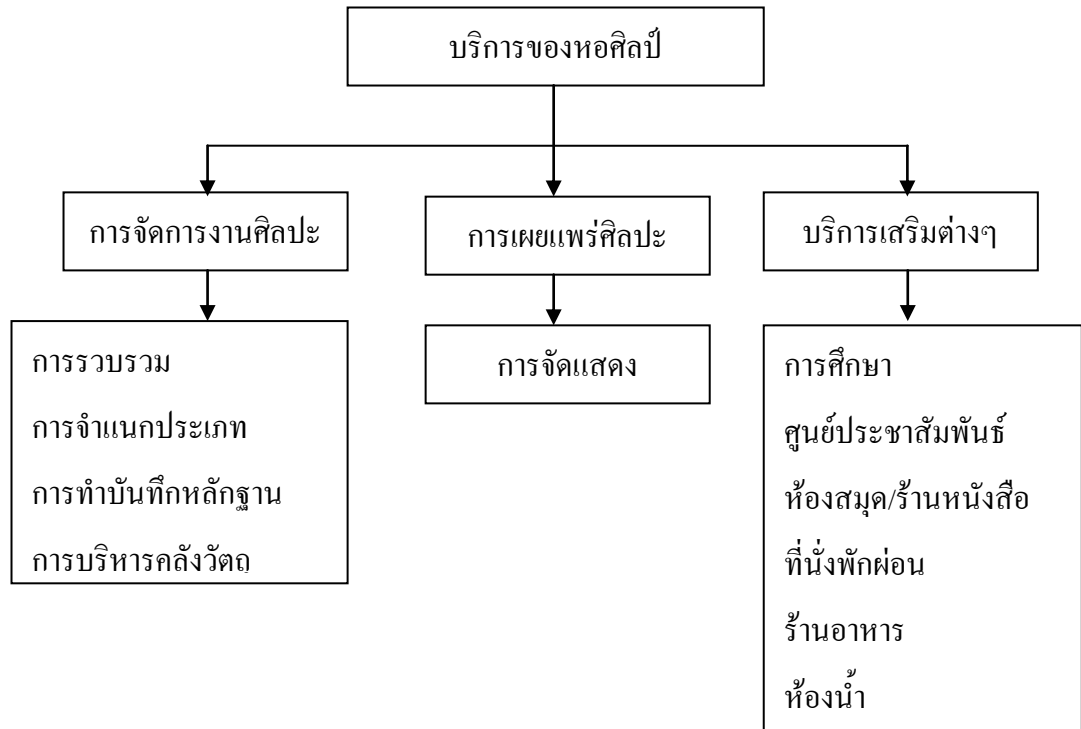
พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์อเมริกันแห่งชาติ (National Museum of American History) เก็บรวบรวมและจัดแสดงศิลปะเกี่ยวกับประวัติศาสตร์สหรัฐอเมริกา

พิพิธภัณฑ์อเมริกันอินเดียนแห่งชาติ (National Museum of the American Indian) เป็นสถาบันเพื่อชีวิต ภาษา วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ และศิลปะของชาวอเมริกันอินเดียน

พิพิธภัณฑ์ภาพเหมือนแห่งชาติ (National Portrait Gallery) เก็บรวบรวมและจัดแสดงศิลปะจิตรกรรมภาพเหมือน

แมทธิว (Mathews, 1991) กล่าวว่า หอศิลป์คือ สถาบันซึ่งมีหน้าที่โดยตรงในการเผยแพร่ งานศิลปะสู่สาธารณชน มีภาระหน้าที่และลักษณะการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พิพิธภัณฑ์ศิลปะ ซึ่งประชุม ชุมเพ็งพันธุ์ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์หอศิลป์แห่งชาติในขณะนั้น (สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2542) ได้ขยายความคำว่า หอศิลป์ และพิพิธภัณฑ์ศิลปะว่า คำว่าหอศิลป์ ในปัจจุบันนิยมใช้ในความหมายเดียวกับคำว่า พิพิธภัณฑ์ศิลปะและ พิพิธภัณฑ์ศิลปะมักหมายถึงสถาบันที่สะสมรวบรวมงานศิลปวัตถุโบราณหลาย ๆ ประเภท จนถึงศิลปะสมัยใหม่ไว้ด้วยกัน กล่าวโดยสรุปได้ว่า หอศิลป์ (Art Gallery) จัดอยู่ในพิพิธภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่รวบรวมสะสมผลงานศิลปกรรม ทำหน้าที่สงวนรักษา ศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน มีความหมาย มีภาระหน้าที่และลักษณะการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์ศิลปะ และมีหน้าที่โดยตรงในการเผยแพร่งานศิลปะ

แผนภูมิงานบริการในด้านต่างๆของหอศิลป์



ที่มา: อาทิตยา จันทะวงษ์ (2540)

การแบ่งประเภทของหอศิลป์

แมทธิว (Mathews, 1991) ได้จำแนกหอศิลป์ไว้ดังนี้

ประเภทของหอศิลป์ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. หอศิลป์ประเภทวิจิตรศิลป์ (Fine art)
2. หอศิลป์ประเภทศิลปะตกแต่ง (Decorative art)

แมทธิว (Mathews, 1991) กล่าวว่า การแบ่งประเภทของหอศิลป์ แบ่งได้ตามลักษณะงานศิลปะที่หอศิลป์จัดแสดง ดังนี้

1. หอศิลป์ที่แสดงงานประเภทวิจิตรศิลป์ (Fine Art Gallery) จัดแสดงงานศิลปะประเภทวิจิตรศิลป์ หรือศิลปะบริสุทธิ์ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สื่อประสม

2. หอศิลป์ที่จัดแสดงงานประเภทศิลปะการตกแต่ง (Decorative Art Gallery) จัดแสดงงานศิลปะประเภทศิลปะการตกแต่งที่สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยต่างๆ เช่น เครื่องใช้สอย เครื่องประดับ และศิลปะการออกแบบต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ แมทธิว (Mathews, 1991) ยังได้กล่าวว่า การแบ่งประเภทของหอศิลป์นั้น สามารถแบ่งประเภทออกได้ตามหน่วยงานที่หอศิลป์สังกัดอยู่คือ

1. หอศิลป์แห่งชาติ (National Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่เป็นหน่วยงานที่อยู่ในสังกัดของทางราชการหรืออยู่ในความดูแลโดยตรงจากรัฐบาล

2. หอศิลป์ประจำจังหวัด (Provincial Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานระดับจังหวัดหรือราชการส่วนท้องถิ่น

3. หอศิลป์ในมหาวิทยาลัย (University Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่อยู่ในความดูแลและการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษา

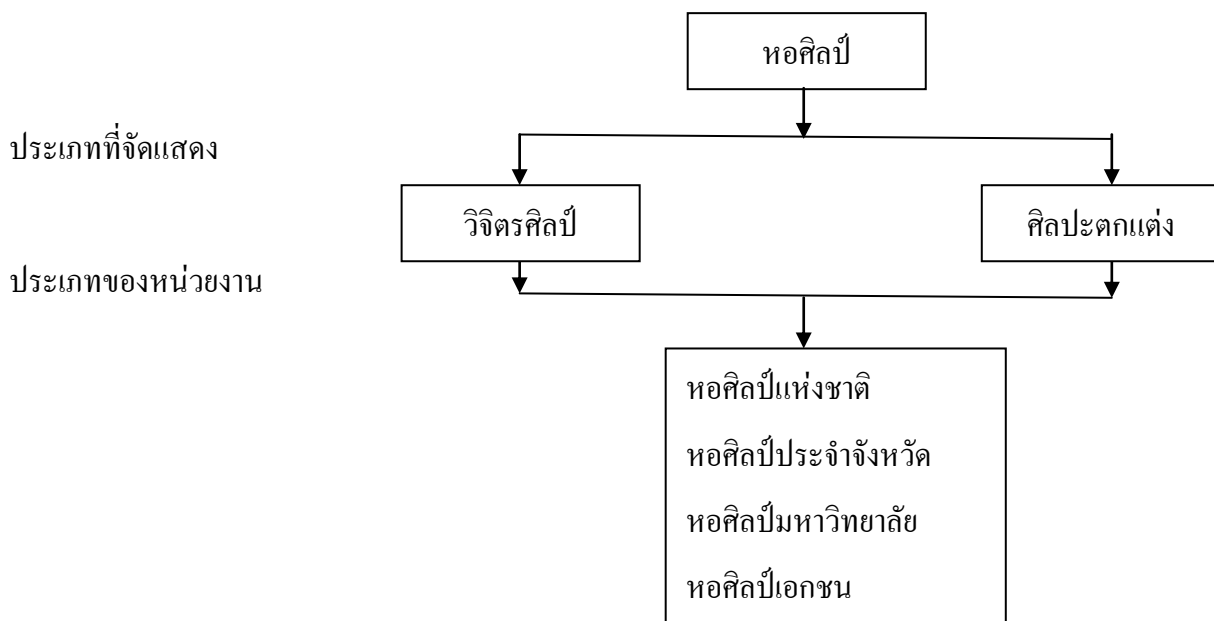
4. หอศิลป์เอกชน ซึ่งแบ่งออกดังนี้

4.1 บริษัทเงินทุนอิสระ (Independent Trust Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่อยู่ในความดูแลของบริษัทเงินทุนอิสระ

4.2 หอศิลป์เอกชนหรือหอศิลป์ขนาดเล็ก (Industrial/Small Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่อยู่ในความดูแลของเอกชนหรือบริษัทเอกชน

4.3 หอศิลป์ส่วนบุคคล (Private Art Gallery) ได้แก่ หอศิลป์ที่อยู่ในความดูแลของบุคคลเป็นสมบัติส่วนบุคคล หรืออยู่ในความดูแลของสมาคม

แผนภูมิการแบ่งประเภทของหอศิลป์



ที่มา: ประยุกต์จากแมทธิว (Mathews, 1991)

9. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

จากการศึกษาปัญหาความต้องการปัจจัยของหอศิลป์ควรดำเนินการในส่วนของคุณย่่าว ข้อมูลหรือศูนย์ความรู้ทางทัศนศิลป์ที่มีการบริการด้วยระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งสื่อต่างๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์และ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระหว่างหอศิลป์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง(อาทิตยา จันทะวงษ์ ,2540) ในปัจจุบันหอศิลป์แต่ละแห่งยังมีการดำเนินงานในลักษณะต่างคนต่างทำ ดังนั้นหอศิลป์ ควรมีความร่วมมือในระหว่างหอศิลป์หรือหน่วยงาน สถาบัน องค์กรต่างๆ เพื่อช่วยเหลือกันในการดำเนินงานจัดนิทรรศการหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกัน มีความคิดเป็นว่าใน สองทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันแม้ว่าหอศิลป์เกิดขึ้นหลายแห่งแต่ก็ยังไม่มืหอศิลป์ใดที่ ดำเนินงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานเทียบเท่าสากลเนื่องด้วยขาดความเชี่ยวชาญในด้านวิชาการ การจัดตั้งขาดระบบการบริหารงาน ขาดบุคลากรดำเนินงาน ขาดบุคลากรหอศิลป์ที่มีบทบาทใน การให้การศึกษาคความรู้ทางศิลปะด้วยการเป็นแหล่งการศึกษาหรือการวิจัยสำหรับนักเรียน นิสิต ค หรือผู้นิยมงานศิลป์ นักท่องเที่ยว

จากข้อมูล ปัญหา ความคิดเห็นและความต้องการที่ประมวลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยการดำเนินงานของหอศิลป์ หลักวิชาการพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ของรัฐและเอกชน จึงสรุปเป็นปัจจัยของการส่งเสริมหอศิลป์ให้เป็นแหล่งของการท่องเที่ยวเชิงศิลปะที่มีคุณภาพและเป็นมาตรฐานเทียบเท่ามาตรฐานสากลโดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้คือ (โลจนา มะโนทัย, 2543)

1.ด้านบุคลากร

- 1.1 เจ้าหน้าที่ในส่วนผู้ให้บริการทั่วไปมีจำนวนเพียงพอ
- 1.2 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ศิลปะได้เป็นอย่างดี
- 1.3 เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ธรรมาจริยไมตรีเป็นต่อนักท่องเที่ยว
- 1.4 เจ้าหน้าที่ที่มีบุคลิกภาพและแต่งกายที่เหมาะสม
- 1.5 เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

2. ด้านการศึกษาและกิจกรรม

- 2.1 จัดแสดงนิทรรศการพิเศษของศิลปินที่มีชื่อเสียงจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ
- 2.2 จัดบรรยายและสาธิตงานทัศนศิลป์ของศิลปินที่มีชื่อเสียงภายในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ
- 2.3 จัดอภิปรายความรู้ทางทัศนศิลป์โดยมีหัวข้อที่สอดคล้องกับงานนิทรรศการที่จัด
- 2.4 จัดอภิปรายความรู้ทางทัศนศิลป์ในหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้นิชมศิลป์ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินนักเรียนและประชาชนที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์
- 2.5 จัดทำโครงการแสดงนิทรรศการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนระหว่างหอศิลป์ด้วยกัน

3. ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

3.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์หอศิลป์มีความ
ทั่วถึงและน่าสนใจ

3.2 จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เช่นจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานศิลปะ
ที่จัดแสดงภายในหอศิลป์

3.3 จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์หรือสื่อประเภทอื่นเช่น สไลด์ วิดีทัศน์ซึ่งเป็นการรวบรวม
ผลงานศิลปะ ข้อมูลศิลปะ ผลงานวิจัยเพื่อเผยแพร่สู่สถาบันการศึกษา โรงเรียน และห้องสมุด
สาธารณะชน

3.4 จัดทำวารสารทางวิชาการด้านทัศนศิลป์เพื่อเป็นสนามสำหรับศิลปิน อาจารย์
นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญนิยมศิลป์ได้แสดงความรู้ความคิดเห็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสในวงการ
ศิลปะของประเทศ

3.5 การจัดทำสูจิบัตรนิทรรศการเพื่อแนะนำในการเข้าชมศิลปะมีข้อมูลความชัดเจน
และสามารถเข้าใจได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยภายในประเทศ

ชนิดา พลศรี (2530) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อ
การจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ เนื่องจากจัดนิทรรศการพิพิธภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่ง
ของการจัดการด้านกิจกรรมและบริการการศึกษาของพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ เป็นการส่งเสริมความรู้
ในด้านต่างๆ ของการจัดแต่ละนิทรรศการนอกเหนือจากในสถาบันการศึกษาที่ศึกษาอยู่ประจำ
ผลการศึกษา พบว่า เยาวชนมีความคาดหวังและต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขึ้น ต้องการคู่มือ
แปลกใหม่ที่น่าสนใจ และความรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อ ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน และ
พฤติกรรมชมนิทรรศการเยาวชนส่วนใหญ่เลือกชมแต่เรื่องที่ตนเองสนใจเท่านั้นเนื่องจาก
เวลาจำกัด

อังคณา วสุรวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม การศึกษานอกระบบ โรงเรียนของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในภาคเหนือ ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับ การศึกษา และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดพิพิธภัณฑสถาน ภัณฑสถานที่อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกวิเคราะห์ความคิดเห็น การจัดนิทรรศการถาวรและนิทรรศการ เสริม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจัดนิทรรศการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่เป็นการสื่อสารและเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ประชาชนหันมาสนใจงานในพิพิธภัณฑสถาน

สุชาดา สถาวร (2536) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาเกี่ยวกับการ เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษทางศิลปะ หน่วยงานของรัฐบาลคือพิพิธภัณฑสถาน หอศิลป์มีส่วนในการ ส่งเสริมและให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษาที่ต้องการเรียนรู้วิชาศิลปะเพิ่มเติมนอกเหนือจากใน ห้องเรียน บุคคลที่ให้การสนับสนุนการเรียนศิลปะแก่นักเรียนมากที่สุดคือ ครู อาจารย์ ผู้ปกครองซึ่งมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษทางศิลปะ นักเรียนจำนวนมากชอบ กิจกรรมศิลปะและกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดคือ การวาดภาพระบายสีด้วยไม้ ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความ สนใจกิจกรรมทางศิลปะนอกเหนือจากการเรียนในเวลาปกติ ผลการวิจัยพบว่านักเรียน ส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากจัดกิจกรรมพิเศษทางศิลปะ คือ วิธีทำงานศิลปะแบบต่างๆ และความรู้ สำนึกสถานผลิตผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีผู้เข้าชม ท่องเที่ยว และชื่นชมผลงานศิลปะ ภายในพิพิธภัณฑสถานหอศิลป์มากขึ้น

สรกิจ โสภิตกุล (2537) ได้ศึกษาเรื่องโครงการจัดตั้งศูนย์ศิลป์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2543 เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงวิวัฒนาการความก้าวหน้าทางด้านศิลปะ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญร่วมการวิจัยมีความเห็นว่าในด้านการบริหารและดำเนินงานผู้ที่เป็นแกนในการจัดตั้ง ควรเป็นมหาวิทยาลัยศิลปากร ด้านกิจกรรมการศึกษาให้แก่สังคมนั้นศูนย์ศิลป์แห่งประเทศไทย ควรเป็นศูนย์กลางวิชาการทัศนศิลป์ระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งมีกิจกรรมด้านเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์และเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านทัศนศิลป์ทั้งในประเทศและระหว่าง ประเทศ

อาทิตยา จันทะวงษ์ (2540) ได้ศึกษาบทบาทของหอศิลป์แห่งชาติในการเผยแพร่ศิลปะ ร่วมสมัยในประเทศไทย เพราะศิลปะร่วมสมัยเป็นศิลปะของยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง

เคลื่อนไหวไปตามสังคม โดยสัมพันธ์สอดคล้องและสะท้อนภาพของสังคมในยุคปัจจุบันที่มีหอศิลป์เป็นสถาบันที่มีบทบาทโดยตรงในการเผยแพร่ทั้งในด้านการจัดการแสดง จัดนิทรรศการ งานศิลป์และการศึกษาทางศิลปะแก่สาธารณชนซึ่งได้แก่ผู้เข้าชม นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา ศิลปิน เป็นต้น ผลการศึกษาว่าหอศิลป์แห่งชาติในประเทศไทยมีบทบาทในการเผยแพร่ศิลปะร่วมสมัยซึ่งเป็นผลงานของศิลปินไทย กับการเผยแพร่งานศิลปะในรูปแบบอื่นรวมทั้งจัดแสดง วัตถุอื่นที่มีในงานศิลปะร่วมสมัย และมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของหอศิลป์สำหรับโครงการจัดตั้งหอศิลป์ที่ดีในอนาคต

พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2540) ได้ศึกษาสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะ ทัศนศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ ถนนเจ้าฟ้า กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ที่เรียกว่าสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะซึ่งใช้ประกอบนิทรรศการหมุนเวียนในช่วงปี พ.ศ. 2528-2537 วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือศึกษาการพัฒนาการของสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะในแนวคิดของพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ข้อมูลสิ่งพิมพ์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะ ผลการศึกษาพบว่าการแสดงนิทรรศการศิลปะมีความสัมพันธ์กับสังคมและเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะระหว่างศิลปินและผลงานศิลปะของสังคม รูปแบบของสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะไม่ค่อยมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเพราะถูกกำหนดโดยข้อจำกัดทางการพิมพ์ ในด้านเนื้อหาซึ่งจริงๆแล้วสูจิบัตรนิทรรศการศิลปะเป็นหลักฐานแสดงความสำเร็จของศิลปิน หรือกลุ่มศิลปินที่จัดแสดงนิทรรศการ สะท้อนสภาพของสังคมและวัฒนธรรมและมีบทบาทต่อแนวคิดพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ในด้านการบริหารการศึกษาและจัดกิจกรรม การเผยแพร่สื่อสารผ่านนิทรรศการ เพื่อประโยชน์แก่ผู้เข้าชมหรือสาธารณชนทั่วไป

เกตุศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทร์รัตน์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ผลจากการศึกษาได้ข้อสรุปในส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศว่า จุดเด่นของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ ราคาถูก วัฒนธรรม ไม่มีปัญหาด้านภาษา ความมีน้ำใจของคนไทย จุดด้อยที่เป็นปัญหา คือ ความปลอดภัยบนท้องถนน การขนส่งขาดความต่อเนื่อง สถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย

ฉันทซ์ วรรณถนอม (2546) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนมากที่สุด และเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมากที่มีความหลากหลาย โดยมีสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวคือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในทรัพย์สินและความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว

เสาวรส ใหญ่สว่าง (2546) ได้ศึกษาโครงการสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยปี 2545 ผลการวิจัยพบว่าชาวไทยส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภททะเล รองลงมาได้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา โดยเดินทางไปเที่ยวกับครอบครัว มีผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ยเพียง 1 วัน ร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมบริโภคคือ ร้านอาหารทั่วไป ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้า ของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง และค่าบริการท่องเที่ยวตามลำดับ

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของเยาวชนไทยต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านระหว่างบุคคล และด้านสภาพและชื่อเสียงโดยเปรียบเทียบตามเพศ อายุ ของกลุ่มเยาวชนเดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงอายุช่วง 15-18 ปี และ 19-22 ปี วัตถุประสงค์เดินทางมาเพื่อการศึกษาและเรียนรู้ โดยได้รับข่าวสารข้อมูลของพิพิธภัณฑสถานทางอินเทอร์เน็ต ส่วนแรงจูงใจมากที่สุดคือความน่าสนใจของพิพิธภัณฑสถาน แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ 3.98 ด้านวัฒนธรรม 4.12 ด้านระหว่างบุคคล 3.98 ด้านสภาพชื่อเสียง 4.07 จากการวิจัยเรื่องนี้จึงสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของพิพิธภัณฑสถานศิลปะหรือหอศิลป์

งานวิจัยต่างประเทศ

แมคกรอว์ (Mcgraw, 1996) ศึกษาความก้าวหน้าของพิพิธภัณฑศิลป์และหอศิลป์ในวิทยาเขตตั้งแต่ปี ค.ศ. 1974-1994 โดยให้ความสนใจเป็นพิเศษเกี่ยวกับบทบาท ทางด้านการกุศลกับการพัฒนาโดยศึกษาประเภทงานศิลปะที่มีอยู่ในหอศิลป์เปรียบเทียบกับพิพิธภัณฑวิทยาเขต การวิจัยนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของพิพิธภัณฑศิลป์และหอศิลป์ของวิทยาเขต อธิบายถึงบุคคลสำคัญที่บริจาคสิ่งของแก่พิพิธภัณฑศิลป์ซึ่งคุณประโยชน์ของผู้บริจาคที่มีต่อการพัฒนาของพิพิธภัณฑศิลป์และหอศิลป์ของวิทยาเขต

เฮนรี (Henry, 1996) พบว่า ความสามารถในการรับรู้เชิงสุนทรียะของเด็กซึ่งมิได้รับความรู้หรือการฝนฝนใด ๆ ตามทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ แต่ประสบการณ์และสื่อที่ดีสามารถพัฒนาคุณสมบัตินี้ได้ผลดีตามทฤษฎี อีกทั้งยังสามารถจดจำได้นานอีกด้วย เฮนรีศึกษาถึงการโต้ตอบของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 100 คน ที่มีต่อผลงานศิลปะในพิพิธภัณฑที่พานักเรียนไปศึกษา โดยเทียบเคียงการโต้ตอบด้วยคำพูดของนักเรียนเหล่านั้นที่มีผลทางทฤษฎีและผลงานทางศิลปะ 18 เดือน หลังจากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑที่ใหญ่ที่สุดในเมืองแอตแลนตา เฮนรี สุ่มตัวอย่างประชากร 51 คน เพื่อการสัมภาษณ์ถึงความจำและการรับรู้ผลงานศิลปะของเด็กกลุ่มนี้ ผลปรากฏว่าร้อยละ 43 ของกลุ่มตัวอย่างสามารถเล่าประสบการณ์และจำแนกประสบการณ์ศิลปะออกจากประสบการณ์อื่นๆ นักเรียนสามารถอภิปรายถึงคุณสมบัติและผลงานศิลปะตามแนวคิดของนักปรัชญาทางสุนทรียศาสตร์ในทฤษฎีต่างๆ ทั้งที่เด็กเหล่านี้มิได้มีความรู้ทางทฤษฎีสุนทรียศาสตร์มาก่อน การโต้ตอบของเด็กสะท้อนให้เห็นแนวความคิดทางสุนทรียศาสตร์ที่สำคัญ เช่น แนวคิดของเพลโต แนวคิดของตอลสตอย แนวคิดของคอลลิงวูด เป็นต้น นอกจากนี้เฮนรียังพบว่าประสบการณ์ศิลปะที่มีคุณค่านั้นสามารถสร้างความทรงจำให้ยาวนานขึ้นอีกด้วย

ครูซ (Kruse, 1998) ได้ศึกษาการใช้ระบบเครือข่ายออนไลน์ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของพิพิธภัณฑศิลป์และหอศิลป์ ซึ่งพบว่าในช่วงกลางปี ค.ศ. 1990 เป็นยุคเฟื่องฟูของระบบเครือข่ายออนไลน์ศิลปินเป็นผู้ซึ่งมีความพร้อมในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานศิลปะในลักษณะของการจัดนิทรรศการแบบออนไลน์ได้มากกว่าพิพิธภัณฑศิลป์หรือ

หอศิลป์ โดยศิลปินใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์สร้างสรรค์ที่เสมือนจริงจากเว็บไซต์ของตนเอง หรือการรวมตัวของกลุ่มศิลปินและนำเสนอผลงานทัศนศิลป์ผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งวิธีการดูแลรักษาผลงานศิลปะตามวิธีการสงวนรักษาของพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ ศึกษากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและข้อจำกัดการเผยแพร่ทางระบบออนไลน์ ผลการวิจัยคือฝ่ายภัณฑารักษ์ไม่ค่อยให้การยอมรับกับศิลปินที่แสดงนิทรรศการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้สรุปว่าควรจะลดจากการเลียนแบบในการสื่อสารด้วยรูปแบบเดิมบ้างโดยต้องพิจารณาองค์ประกอบอื่นๆที่จำเป็นไปสู่รูปแบบสากลและไม่ต้องถูกควบคุมโดยบุคคลเพียงไม่กี่คน ทั้งศิลปินและพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ควรผลักดันมาตรฐานทางเทคโนโลยีและมาตรฐานทางสุนทรียธรรมทั้ง กฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อที่จะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดประโยชน์ กฎหมายท้องถิ่น กฎหมายระดับชาติจำเป็นต้องถูกตีความให้อยู่ในระดับสากล เพื่อให้ศิลปะมีความเป็นนานาชาติมากยิ่งขึ้น

ชูเมกเกอร์ (Shoemaker, 1998) ได้ศึกษาการจัดโปรแกรมการศึกษาพิเศษสำหรับนักเรียนต่างชาติผ่านพิพิธภัณฑ์ โดยมีการวางแผนระหว่างครูในพิพิธภัณฑ์กับครูในโรงเรียน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสริมการเรียนรู้พบว่านักเรียนมีการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีขึ้นด้านคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนศิลปะ ครูได้พัฒนาทักษะการเรียนการสอนนักเรียนต่างชาติไปด้วย และผลที่ได้รับจากโปรแกรมนี้อีกอย่างหนึ่งคือ การพัฒนาพฤติกรรมของนักเรียนต่างชาติในโรงเรียนหลังจากเข้าเรียนในชั้นเรียนปกติรวมทั้งสามารถเร่งรัดความต้องการในการใช้ภาษาของนักเรียนต่างชาติได้

เดียนคอน (Deacon, 2006) ได้ศึกษาการอนุรักษ์ศิลปะหินกับการท่องเที่ยวเชิงนโยบาย พบว่า การอนุรักษ์ศิลปะหินได้มีการพัฒนาจากรุ่นสู่รุ่นควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว แต่สองกิจกรรมนี้มีแนวโน้มที่ยังอยู่คนละด้าน เพราะนโยบายและหลักเกณฑ์ได้รับการพัฒนาให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางศิลปะยังได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย แต่ทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางศิลปะหินยังเป็นเพียงแนวคิดที่เริ่มก่อตั้งเท่านั้น ในระยะยาวกฎระเบียบจำเป็นจำเป็นต้องได้รับการวิจัยเพื่อสู่การดำเนินงานในองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลกระทบต่ออนุรักษ์ศิลปะหิน ภาพหินต่างเช่น ศิลปะหินจากการวาดหรือลงสี การลงรอยแกะสลักบนหินเก่าแก่และดั้งเดิมซึ่งเป็นผลกระทบจากปัจจัยการท่องเที่ยวที่ส่งผล

กระทบต่อศิลปะทางด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่จะนำมาพิจารณาและเป็นตัวขับเคลื่อนในด้านการท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์แก่สาธารณชนที่สนใจในศิลปะหินต่อไปควรมีการออกนโยบายการอนุรักษ์ศิลปะหินและการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ควรออกกฎหมายและกลยุทธ์การจัดการต่อภัยคุกคามที่เกิดขึ้นกับการอนุรักษ์ศิลปะหินและการท่องเที่ยว 2) เพิ่มความรู้และผู้เชี่ยวชาญมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปะหินไม่ให้ถูกทำลายควบคู่กับการท่องเที่ยว 3) ติดต่อสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับชาติและนานาชาติเพื่อร่างนโยบายทางป้องกันและแก้ไขปัญหาเพื่ออนุรักษ์ศิลปะหินควบคู่กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นมหาวิทยาลัยช่วยพัฒนาด้านสหวิทยาการด้านการท่องเที่ยว การสื่อสารต่อสิ่งแวดล้อม แผนการบริหารรองรับนักท่องเที่ยว โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของศิลปะหิน

ซีเลส (Celeste, 2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักวิชาการพิพิธภัณฑ์ศิลป์กับศิลปิน จิตรกร ว่าได้มีความสัมพันธ์กันในแง่ต่างๆ เป็นเวลายาวนานในองค์กรพิพิธภัณฑ์ศิลปะหลายๆ แห่ง องค์ประกอบที่สำคัญในความสำเร็จของแผนงานต่างๆ ต้องอาศัยความสามารถของศิลปินซึ่งได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมแผนงานเหล่านี้ ที่เหลือก็เป็นหน้าที่ของนักวิชาการพิพิธภัณฑ์ที่จะค้นหาศิลปินหลายๆ ท่านที่จะช่วยนำความสำเร็จมาสู่แผนการนี้ นักวิชาการของพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ ศิลปินจะเป็นผู้ช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับผู้เยี่ยมชมด้วยวิธีการที่ดีและมีประสิทธิภาพ โครงการนี้ได้รับการตรวจสอบเทคนิคการรับคนเข้าใหม่ และจ้างงานที่ใช้โดยนักวิชาการพิพิธภัณฑ์ศิลปะในการคัดเลือกและจ้างงานศิลปินหลายๆ ท่านเข้ามาช่วยเหลืองานทั่วไปในพิพิธภัณฑ์รวมถึงมุมมองของศิลปินด้านความสัมพันธ์และสิ่งต่างๆ ที่พวกเขาต้องการ โครงการนี้บ่งชี้ว่ากระบวนการคัดเลือกและจ้างศิลปินด้านทัศนศิลป์ของโปรแกรมต่างๆ ของทางพิพิธภัณฑ์นั้นขาดมาตรฐานทางการปฏิบัติการ การศึกษาครั้งนี้พบว่าได้มีการพิสูจน์ว่ามีความจำเป็นที่ต้องใช้การตรวจสอบมากขึ้นสำหรับความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างศิลปินและนักวิชาการของพิพิธภัณฑ์ศิลป์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางและวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในหอศิลป์ ทั้ง 8 แห่งจากข้อมูลสถิติ ปี 2553 ของหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง รวมทั้งสิ้น 368,510 คน ได้แก่

1.หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok Art and Culture Centre) ในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 228,154 คน (วิกิพีเดีย, 2546 : ออนไลน์)

2.หอศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Art Centre Silpakorn University) ในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 25,163 คน (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554 : ออนไลน์)

3.พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ (The National Gallery) ในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 40,619 คน (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์, 2554 : ออนไลน์)

4.หอศิลป์จามจุรี (Jamjuree Art Gallery) ในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 26,270 คน (ยิปอินชอย, 2546 : ออนไลน์)

5.หอศิลป์ปวชิราวุธวิทยาลัย Vajiravudh Collage Art Gallery ในปีพ.ศ. 2553 จำนวน 12,562 คน (ยิปอินชอย, 2546 : ออนไลน์)

6. หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ในปีพ.ศ. 2553 จำนวน 16,783 คน (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์)

7. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี ในปีพ.ศ. 2553 จำนวน 4,805 คน (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์)

8. หอศิลป์สวนดุสิต (The Suan Dusit Art Gallery) ใน พ.ศ. 2553 จำนวน 14,154 คน (ชิปอินชอย, 2546 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหอศิลป์ทั้ง 8 แห่งคือ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี หอศิลป์วชิราวุธ หอศิลป์เพาะช่าง หอศิลป์พีระศิลป์ อนุสรณ์ และหอศิลป์สวนดุสิต

โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = N / [1 + N (0.05)^2]$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนที่ของประชากรที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

$$\text{แทนค่าสูตร } n = 368510 / [1 + 368510(0.05)^2]$$

$$= 399.566$$

ดังนั้น จึงมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน จากหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง เฉลี่ยแห่งละ 50 คน เพื่อให้มีความเท่าเทียมกันของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการคำนวณวิจัยครั้งนี้

2. กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ มีผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์รวมจำนวน 9 คนคือ

1. รองศาสตราจารย์ ถนอม ชากักดี หัวหน้าภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 1 คน
2. ผู้อำนวยการหอศิลป์ทั้ง 8 แห่งคือ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี หอศิลป์วชิราวุธ หอศิลป์เพาะช่าง หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์ และหอศิลป์สวนดุสิต จำนวน 8 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว รูปแบบลักษณะการท่องเที่ยว กิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยว สรุปภาพรวมความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์มากน้อยอยู่ในระดับใดโดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวหอศิลป์ ในด้านบุคลากรของหอศิลป์ ด้านการศึกษาและกิจกรรม ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) และมาตราส่วนประเมินค่าตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530) แบ่งช่วงระดับเป็น 5 ช่วงและมีการกำหนดน้ำหนักของคะแนนดังนี้

ระดับปัจจัยส่งเสริมมากที่สุด เทียบเท่ากับ 5

ระดับปัจจัยส่งเสริมมาก เทียบเท่ากับ 4

ระดับปัจจัยส่งเสริมปานกลาง เทียบเท่ากับ 3

ระดับปัจจัยส่งเสริมน้อย เทียบเท่ากับ 2

ระดับปัจจัยส่งเสริมน้อยที่สุด เทียบเท่ากับ 1

เมื่อนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย จะนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายความว่าปัจจัยส่งเสริมอยู่ใน	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายความว่าปัจจัยส่งเสริมอยู่ใน	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายความว่าปัจจัยส่งเสริมอยู่ใน	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายความว่าปัจจัยส่งเสริมอยู่ใน	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายความว่าปัจจัยส่งเสริมอยู่ใน	ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด (Open ended) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์

เป็นการบันทึกเทปจากการสัมภาษณ์และเป็นแบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและผู้อำนวยการหอศิลป์ 8 แห่ง

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงศิลปะ และปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะทั่วไป บทบาทของหอศิลป์ และพิพิธภัณฑ์ศิลปะมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือบุคคลกลุ่มใดบ้าง

2. กำหนดข้อมูลขอบเขตเนื้อหา โดยนำกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยให้มีเนื้อหาครอบคลุมถึงพฤติกรรม การท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ของหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง ได้แก่

-ด้านบุคลากร

-ด้านการศึกษาและกิจกรรม

-ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

3. ร่างแบบสอบถามตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนดไว้
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจแก้ไขและปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
5. นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้สูตร

$$\text{IOC} = \frac{\sum (R/N)}{\text{โดยที่}}$$

IOC = คำนวณความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหา

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ซึ่งต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2543) ซึ่งการตรวจสอบเป็นรายข้อโดยลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่ามีความเหมาะสม
- 0 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสม
- 1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าไม่มีความเหมาะสม

แล้วนำมาแก้ไข ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากการหาค่า IOC ครั้งนี้เท่ากับ 0.89

4. นำไปลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยนำไปลองใช้กับนักท่องเที่ยงที่มาจากหอศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร สุขุมวิท 23 จำนวน 30 ฉบับ เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่าความเที่ยงไม่ต่ำกว่า 0.5 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

คำนวณจากสูตร

	α	=	$k / k-1 [1 - \sum S_i^2 / S_t^2]$
โดยที่	α	=	สัมประสิทธิ์ความเที่ยง
	k	=	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	=	ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
	S_t^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมหรือกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนของผู้รับการทดสอบทั้งหมด

สำหรับค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.87

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อความเหมาะสมก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

8. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

9. นำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ

10. สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวกายในหอศิลป์จากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงผู้อำนวยการหอศิลป์รัฐบาลทั้ง 8 แห่ง เพื่อขอเข้าเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเองภายในหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) แก่นักท่องเที่ยว โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ถึง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 โดยเก็บกระจายตามวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวัน

เสาร์ เวลา 10.00-15.00 แบ่งเป็นสัปดาห์ละ 2 หอศิลป์ โดยแบ่งแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวหอศิลป์ทั้ง 8 แห่งๆละ 50 คน

3. นำแบบสอบถามที่ได้ มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

4. นำผลวิเคราะห์ข้อมูลไปประกอบกับการสัมภาษณ์ท่านผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและผู้อำนวยการหอศิลป์ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 ธันวาคม พ.ศ. 2554 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ตามประเด็นหลักสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

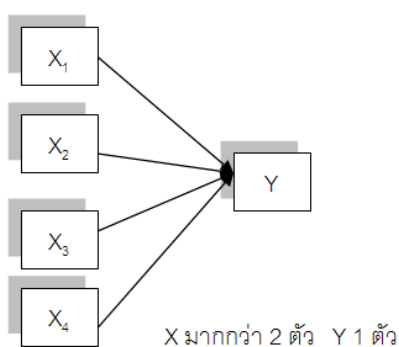
การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ โดยนำมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง (ตารางที่1-3)
2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง (ตารางที่4-10)
3. ข้อมูลระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง (ตารางที่11-14)
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ) ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ(ด้านบุคลากร ด้านการศึกษาและกิจกรรม ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยใช้ค่าสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) คือการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) ซึ่งหมายถึง ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม (ตารางที่15)

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณนี้จะต้องมีตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปคือ (X) ซึ่งหมายถึงข้อมูลส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ อาชีพและปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะคือในด้านบุคลากร ด้านการศึกษาและกิจกรรม ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กับตัวแปรตามซึ่งต้องมีเพียง 1 ตัว คือ (Y) ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณ (บุญชม ศรีสะอาด, 2547) ดังนี้

$$Y = a_0 + a_1 \text{AGE} + a_2 \text{SEX} + a_3 \text{OCCUP} + a_4 \text{PERSON} + a_5 \text{ACTVT} + a_6 \text{INFOR} + \epsilon_i$$

โดยที่	Y	=	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
	a_i	=	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร , $i = 1, 2, \dots, 6$
	ϵ_i	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง (Random Error)
	AGE	=	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
	SEX	=	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
	OCCUP	=	อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม
	PERSON	=	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านบุคลากร
	ACTVT	=	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการศึกษาและกิจกรรม
	INFOR	=	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์



การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis)

5. นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการศึกษา ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์ มาสรุปเพื่อนำเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ” ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอนคือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และผลสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอตารางประกอบความเรียงดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	เพศ (n=400)			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร	20	5.0	30	7.5
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	16	4.0	34	8.5
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์	17	4.3	33	8.3
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	23	5.8	27	6.8
หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย	18	4.5	32	8.0
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	24	6.0	26	6.5
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	25	6.3	25	6.3
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	21	5.3	29	7.3
รวม	164	41.0	236	59.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 และเป็นเพศชายจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และเมื่อพิจารณาในรายหอศิลป์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ของหอศิลป์พระศิลป์อนุสรณ์มีผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงเท่ากันและผู้ตอบแบบสอบถามของหอศิลป์อีก 7 แห่งที่เดินทางมาหอศิลป์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากรจะมีเพศหญิงมากกว่าเพศชายอย่างเห็นได้ชัดคือ 34:16 คน

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	อายุ (n=400)							
	น้อยกว่า 20 ปี		21-40 ปี		41-60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	9	2.3	22	5.5	11	2.8	8	2.0
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	10	2.5	28	7.0	10	2.5	2	0.5
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอ ศิลป์	12	3.0	18	4.5	12	3.0	8	2.0
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	14	3.5	22	5.5	10	2.5	4	1.0
หอศิลป์วิชาวุธวิทยาลัย	10	2.5	29	7.3	10	2.5	1	0.3
หอศิลป์เพาะช่าง								
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตน โกสินทร์	11	2.8	30	7.5	8	2.0	1	0.3
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	11	2.8	20	5.0	11	2.8	8	2.0
หอศิลป์สวนดุสิต								
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	12	3.0	22	5.5	10	2.5	6	1.5
รวม	89	22.3	191	47.8	82	20.5	38	9.5

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มี ช่วงอายุ 21-40 ปี มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ส่วนช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามรองลงมาคือช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปีมีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ 40-60 ปี มีเพียง 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.5 โดยเมื่อพิจารณาในรายหอศิลป์แต่ละแห่งพบว่า หอศิลป์เพาะช่างในช่วงอายุ 21-40 ปีมีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือจำนวนร้อยละ 7.5 รองลงมา เป็นหอศิลป์วิชาวุธ ร้อยละ 7.3 และหอศิลป์ศิลปากรจำนวนร้อยละ 7 ตามลำดับ และช่วงอายุที่มีผู้เข้าชมน้อยที่สุดคือ 40-60 ปี คือหอศิลป์วิชาวุธวิทยาลัยและหอศิลป์เพาะช่างร้อยละ 0.3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	อาชีพ (n=400)							
	นักเรียน/ นักศึกษา		บุคคลทั่วไป		สื่อมวลชน		ศิลปินหรือผู้นิยม งานศิลป์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	12	3.0	20	5.0	8	2.0	10	2.5
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	14	3.5	26	6.5	2	0.5	8	2.0
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอ ศิลป์	24	6.0	11	2.8	6	1.5	9	2.3
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	19	4.8	15	3.8	7	1.8	9	2.3
หอศิลป์วิชาวุฒวิทยาลัย	24	6.0	20	5.0	2	0.5	4	1.0
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	25	6.3	18	4.5	2	0.5	5	1.3
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	20	5.0	22	5.5	4	1.0	4	1.0
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต	20	5.0	18	4.5	6	1.5	6	1.5
รวม	158	39.5	150	37.5	37	9.3	55	13.8

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพหรือสถานะเป็นนักเรียนนักศึกษาจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือบุคคลทั่วไปจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคืออาชีพ สื่อมวลชนซึ่งมีเพียง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ส่วนอาชีพศิลปินหรือผู้นิยมงานศิลป์มีจำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 13.8 หอศิลป์ที่มีศิลปินตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี และหอศิลป์ศิลปากรร้อยละ 2.5, 2.3, 2.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็น รายข้อปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามความถี่ที่เคยเดินทางมาหอศิลป์ใน ระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	ความถี่ที่เคยเดินทางมาหอศิลป์ในระยะเวลา 1 ปี (n=400)							
	ไม่เคยมา		1-2 ครั้ง ต่อปี		3-5 ครั้งต่อปี		มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	8	2.0	22	5.5	12	3.0	8	2.0
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	7	1.8	23	5.8	15	3.8	5	1.3
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์	10	2.5	15	3.8	20	5.0	5	1.3
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	5	1.3	25	6.3	15	3.8	5	1.3
หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย	10	2.5	21	5.3	10	2.5	9	2.3
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	8	2.0	24	6.0	10	2.5	8	2.0
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	10	2.5	15	3.8	20	5.0	5	1.3
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราช ภัฏสวนดุสิต	11	2.8	14	3.5	15	3.8	10	2.5
รวม	69	17.3	159	39.8	117	29.3	55	13.8

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางเข้าชมหอศิลป์ 1-2ครั้งต่อปี จำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ 39.8 และรองลงมาคือเคยเดินทางเข้าชมหอศิลป์ 3-5 ครั้งต่อปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์เดินทาง มาหอศิลป์ 1-2ครั้งต่อ ปีมากที่สุด คือ หอศิลป์จามจุรีหอศิลป์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร หอศิลป์ วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพ หอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามว่าไม่เคยมา สูงสุดคือ หอศิลป์สวนดุสิต จำนวนร้อยละ11

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา
หอศิลป์

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาหอศิลป์ (n=400)							
	เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยว		เพื่อการศึกษา		เพื่อธุรกิจ/ประชุม		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร	20	5.0	14	3.5	9	2.3	7	1.8
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	22	5.5	20	5.0	5	1.3	3	0.8
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์	18	4.5	22	5.5	6	1.5	4	1.0
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	18	4.5	24	6.0	2	0.5	6	1.5
หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย	15	3.8	25	6.3	5	1.3	5	1.3
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	20	5.0	25	6.3	2	0.5	3	0.8
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	21	5.3	20	5.0	6	1.5	3	0.8
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต	18	4.5	24	6.0	6	1.5	2	0.5
รวม	152	38.0	174	43.5	41	10.3	33	8.3

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวหอศิลป์เพื่อการศึกษาจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือเพื่อการพักผ่อนท่องเที่ยวจำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0 หอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเพื่อการพักผ่อนท่องเที่ยวมากที่สุดคือหอศิลป์ศิลปากรจำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามของหอศิลป์ที่มาเพื่อธุรกิจหรือประชุมมากที่สุดคือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามของหอศิลป์ที่มาเพื่อศึกษามากที่สุดคือหอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัยและหอศิลป์เพาะช่าง รองลงมาคือหอศิลป์จามจุรีจำนวนร้อยละ 25 ,24 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะการมาหอศิลป์

หอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร	ลักษณะการมาหอศิลป์ครั้งนี้ (n=400)									
	เดินทางมาคนเดียว		เดินทางมากับ เพื่อน		เดินทางมากับ ครอบครัว		เดินทางมากับ สถาบัน/หน่วยงาน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	10	2.5	15	3.8	6	1.5	15	3.8	4	1.0
หอศิลป์มหาวิทยาลัย ศิลปากร	11	2.8	18	4.5	4	1.0	14	3.5	3	0.8
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์	10	2.5	20	5.0	4	1.0	15	3.8	1	0.3
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	10	2.5	24	6.0	2	0.5	12	3.0	2	0.5
หอศิลป์วิชาวุฒวิทาลัย	8	2.0	25	6.3	2	0.5	10	2.5	5	1.3
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์	10	2.5	25	6.3	1	0.3	11	2.8	3	0.8
หอศิลป์พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์	11	2.8	20	5.0	6	1.5	12	3.0	1	0.3
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน ดุสิต	10	2.5	22	5.5	7	1.8	7	1.8	4	1.0
รวม	80	20.0	169	42.3	32	8.0	96	24.0	23	5.8

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาหอศิลป์มีลักษณะเดินทางมาเพื่อนจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือลักษณะเดินทางเดินทางมาสถาบันหรือหน่วยงานจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 หอศิลป์ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาสถาบันหรือหน่วยงานมากที่สุดคือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์จำนวนร้อยละ 15 รองลงมาคือหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากรจำนวนร้อยละ 14

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสื่อที่รับรู้ข้อมูลสถานที่หอศิลป์

หอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร	สื่อที่รับรู้ข้อมูลสถานที่หอศิลป์ (n=400)													
	หนังสือพิมพ์		สื่อโฆษณาทาง โทรทัศน์		สื่อโฆษณาทาง วิทยุ		นิตยสาร ท่องเที่ยว		อินเทอร์เน็ต		การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	5	1.3	3	0.8	2	0.5	10	2.5	15	3.8	10	2.5	5	1.3
หอศิลป์มหาวิทยาลัย ศิลปากร	0	0.0	2	0.5	3	0.8	1	0.3	20	5.0	20	5.0	4	1.0
พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติหอศิลป์	0	0.0	0	0.0	2	0.5	15	3.8	10	3.8	15	3.8	3	0.8
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	1.0	20	5.0	18	4.5	8	2.0
หอศิลป์วชิราวุธ วิทยาลัย	4	1.0	0	0.0	4	1.0	10	2.5	20	5.0	10	2.5	2	0.5
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	5	1.3	0	0.0	5	1.3	10	2.5	15	3.8	15	3.8	0	0.0
หอศิลป์พีระศิลป์ อนุสรณ์	0	0.0	0	0.0	0	0.0	10	2.5	20	5.0	15	3.8	5	1.3
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต	3	0.8	2	0.5	5	1.3	10	2.5	10	2.5	15	3.8	5	1.3
รวม	17	4.3	7	1.8	21	5.3	70	17.5	135	33.8	118	29.5	32	8.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับสื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของหอศิลป์มากที่สุดคือ ทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 135คน คิดเป็นร้อยละ33.8รองลงมาก็คือ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 สื่อที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุดคือสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ สังกัดได้ว่าสื่อทางอินเทอร์เน็ต และสื่อทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะสามารถเข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถามของหอศิลป์ทุกแห่ง แต่สื่อบางอย่างคือหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของหอศิลป์ได้เลยเช่นหอศิลป์พีระศิลป์อนุสรณ์ และหอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย จำนวนร้อยละ 0.0

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามกิจกรรมที่ทำในหอศิลป์

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	กิจกรรมที่ทำในหอศิลป์ (n=400)									
	ชมผลงาน		เที่ยวชมหอศิลป์และ		เลือกซื้อของที่		เลือกซื้อชิ้นงาน		อื่นๆ	
	ศิลปินวัฒนธรรม	พิพิธภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ระลึก	ร้อยละ	ศิลปะ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	20	5.0	20	5.0	2	0.5	3	0.8	5	1.3
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	22	5.5	18	4.5	4	1.0	5	1.3	1	0.3
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอ ศิลป์	18	4.5	22	5.5	2	0.5	5	1.3	3	0.8
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	18	4.5	20	5.0	5	1.3	5	1.3	2	0.5
หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย	20	5.0	22	5.5	3	0.8	2	0.5	3	0.8
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	25	6.3	20	5.0	2	0.5	2	0.5	1	0.3
หอศิลป์พระศิลป์ อนุสรณ์	22	5.5	18	4.5	5	1.3	3	0.8	2	0.5
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	20	5.0	25	6.3	1	0.3	2	0.5	2	0.5
รวม	165	41.3	165	41.3	24	6.0	27	6.8	19	4.8

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรมที่ทำในหอศิลป์ คือชมผลงานศิลปินวัฒนธรรมและเที่ยวชมหอศิลป์พิพิธภัณฑ์ เท่ากันมีจำนวน แห่งละ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 คือหอศิลป์เพาะช่าง หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร หอศิลป์สวนดุสิตและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ ตามลำดับ หอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาและเลือกซื้อชิ้นงานศิลปะมากที่สุดคือหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร หอศิลป์จามจุรี และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ร้อยละ 5 เท่ากันทั้ง 3 หอศิลป์

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม หากมีโอกาสกลับมาจะมาหอดิลปีอีกหรือไม่

หอดิลปีในกรุงเทพมหานคร	หากมีโอกาสกลับมาจะมาหอดิลปีอีกหรือไม่ (n=400)					
	จะกลับมาแน่นอน		ไม่แน่ใจ		จะไม่มาอีก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอดิลปีวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย	30	7.5	18	4.5	2	0.5
หอดิลปีมหาวิทยาลัยศิลปากร	25	6.3	20	5.0	5	1.3
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอดิลปี	28	7.0	20	5.0	2	0.5
หอดิลปีจามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	25	6.3	24	6.0	1	0.3
หอดิลปีวชิราวุธวิทยาลัย	20	5.0	25	6.3	5	1.3
หอดิลปีเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	22	5.5	24	6.0	4	1.0
หอดิลปีพระศิลป์ อนุสรณ์	22	5.5	26	6.5	2	0.5
หอดิลปีสวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	30	7.5	18	4.5	2	0.5
รวม	202	50.5	175	43.8	23	5.8

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ หากมีโอกาสจะกลับมาแน่นอน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาไม่แน่ใจจำนวน 175 คนคิดเป็นร้อยละ 43.8 หอดิลปีที่อยู่ตอบแบบสอบถามว่าจะกลับมาอีกแน่นอนคือ หอดิลปีวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย หอดิลปีสวนดุสิต หอดิลปีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และหอดิลปีมหาวิทยาลัยศิลปากร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 7.5, 7.5, 6.3, 6.3 ตามลำดับ หอดิลปีที่อยู่ตอบแบบสอบถามว่าไม่แน่ใจมากที่สุดคือหอดิลปีพระศิลป์ อนุสรณ์ ร้อยละ 6.5 และผู้ตอบแบบสอบถามของหอดิลปีที่ตอบว่าไม่มาอีกมากที่สุดคือหอดิลปีศิลปากร และหอดิลปีวชิราวุธ เป็นจำนวนร้อยละร้อยละ 1.3 เท่ากันทั้ง 2 หอดิลปี

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปภาพรวมความสนใจเข้ามาหอศิลป์ครั้งนี้

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	สรุปภาพรวมความสนใจเข้ามาหอศิลป์ครั้งนี้ (n=400)									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	15	3.8	20	5.0	10	2.5	5	1.3	0	0.0
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	17	4.3	22	5.5	9	2.3	2	0.5	0	0.0
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอ ศิลป์	18	4.5	19	4.8	7	1.8	6	1.5	0	0.0
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	20	5.0	20	5.0	8	2.0	2	0.5	0	0.0
หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย	20	5.0	25	6.3	3	0.8	2	0.5	0	0.0
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	22	5.5	20	5.0	3	0.8	3	0.8	2	0.5
หอศิลป์พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์	20	5.0	20	5.0	3	1.3	3	0.8	2	0.5
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต	21	5.3	21	5.3	5	1.3	3	0.8	0	0.0
รวม	153	38.3	167	41.8	50	12.5	26	6.5	4	1.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจเข้าชมหอศิลป์อยู่ในระดับมากเป็นจำนวน 167 คนเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือมากที่สุดเป็นจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และตอบว่ามีความสนใจเข้าชมหอศิลป์น้อยที่สุดมีแค่ร้อยละ 1 หอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความสนใจเข้าชมหอศิลป์อยู่ในระดับมาก จำนวนมากที่สุดได้แก่หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และหอศิลป์จามจุรี คิดเป็นจำนวนร้อยละ 6.3, 5.5, 5.0, 5.0 ตามลำดับ หอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเข้าชมหอศิลป์อยู่ในระดับปานกลางมากที่สุดคือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครคือจำนวนร้อยละ 2.5 และหอศิลป์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความสนใจเข้าชมหอศิลป์ระดับน้อยที่สุดคือหอศิลป์เพาะช่างและหอศิลป์พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์คือจำนวนร้อยละ 0.5 เท่ากันทั้ง 2 หอศิลป์ส่วนหอศิลป์อีก 6 แห่งไม่มีเลย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายชื่อปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 11-14

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ในกรุงเทพมหานครในภาพรวม 3 ด้าน

หอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)								
	ปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากร			ปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรม			ปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร	4.06	0.23	มาก	3.89	0.25	มาก	3.80	0.24	มาก
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	3.90	0.19	มาก	3.59	0.19	มาก	3.44	0.21	ปานกลาง
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์	3.98	0.21	มาก	3.79	0.21	มาก	3.58	0.15	มาก
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	3.97	0.22	มาก	3.90	0.16	มาก	3.66	0.16	มาก
หอศิลป์วิชาวุฒวิฑาลัย	3.86	0.22	มาก	3.58	0.94	มาก	3.28	0.24	ปานกลาง
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	3.82	0.21	มาก	3.61	0.22	มาก	3.18	0.17	ปานกลาง
หอศิลป์ศิลปะป๋อนุสรณ์	3.86	0.24	มาก	3.56	1.15	มาก	3.20	0.24	ปานกลาง
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	3.93	0.20	มาก	3.48	0.23	มาก	3.27	0.25	ปานกลาง
รวม	3.92	0.22	มาก	3.67	0.57	มาก	3.43	0.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 8 หอศิลป์มีปัจจัยส่งเสริมด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.92$) ปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 8 หอศิลป์เช่นกันคือ ($\bar{x} = 3.67$) และปัจจัยด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทั้ง 8 หอศิลป์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) ถ้าแยกเป็นรายหอศิลป์ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์จามจุรีระดับปัจจัยส่งเสริมจะอยู่ในระดับมากที่สุด 3.8, 3.66, 3.58 ตามลำดับและหอศิลป์ที่เหลืออีก 5 แห่งอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร

หอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านบุคลากร (n=400)														
	เจ้าหน้าที่ในส่วน ให้บริการมีเพียงพอ			เจ้าหน้าที่มีความรู้ และให้ข้อมูลศิลปะ			เจ้าหน้าที่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี			เจ้าหน้าที่มีความ กระตือรือร้น			เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพ และแต่งกายที่ เหมาะสม		
	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับ ปัจจัย ส่งเสริม
หอศิลป์วัฒนธรรม แห่ง กรุงเทพมหานคร หอศิลป์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร	4.12	0.63	มาก	4.24	0.43	มาก	4.0	0.4	มาก	3.8	0.5	มาก	4.1	0.5	มาก
พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี	4.06	0.62	มาก	4.00	0.49	มาก	3.8	0.5	มาก	3.6	0.5	มาก	4.0	0.4	มาก
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย หอศิลป์วชิราวุธ วิทยาลัย	4.04	0.60	มาก	4.06	0.47	มาก	4.0	0.4	มาก	3.9	0.5	มาก	3.9	0.5	มาก
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	3.98	0.59	มาก	4.00	0.53	มาก	3.9	0.5	มาก	3.9	0.5	มาก	4.1	0.4	มาก
หอศิลป์ที่ระลึกปี อนุสรณ์	4.02	0.68	มาก	3.94	0.51	มาก	3.7	0.5	มาก	3.6	0.5	มาก	4.0	0.4	มาก
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต	4.02	0.62	มาก	3.64	0.48	มาก	3.9	0.5	มาก	3.8	0.5	มาก	3.8	0.5	มาก
รวม	4.02	0.60	มาก	3.95	0.51	มาก	3.9	0.5	มาก	3.8	0.5	มาก	4.0	0.5	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อย ๆ แล้วหอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานครมีระดับปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากรมากในทุก ๆ ด้าน และรายการย่อยในส่วน เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการน้อยที่สุดคือ ($\bar{x} = 3.8$)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านการศึกษาและกิจกรรม

หอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร	ปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรม (n=400)														
	การจัดนิทรรศการของศิลปินที่มีชื่อเสียง			การจัดบรรยายและสาธิตงานทัศนศิลป์			การจัดอภิปรายความรู้มีหัวข้อสอดคล้องกับงาน			การจัดอภิปรายความรู้มีหัวข้อที่อยู่ในความสนใจ			จัดทำโครงการแสดงนิทรรศการแลกเปลี่ยน		
	—	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	—	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	—	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	—	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม	—	S.D.	ระดับปัจจัยส่งเสริม
	\bar{x}			\bar{x}			\bar{x}			\bar{x}			\bar{x}		
หอศิลป์พัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร	3.50	0.51	มาก	3.86	0.81	มาก	3.94	0.37	มาก	3.42	0.50	ปานกลาง	4.3	0.6	มาก
หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร	3.56	0.50	มาก	3.16	0.37	ปานกลาง	3.52	0.50	มาก	3.24	0.43	ปานกลาง	3.7	0.5	มาก
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์	3.40	0.49	ปานกลาง	3.36	0.48	ปานกลาง	3.76	0.43	มาก	3.54	0.50	มาก	3.8	0.4	มาก
หอศิลป์จามจุรี	3.38	0.49	ปานกลาง	3.22	0.42	ปานกลาง	3.84	0.37	มาก	3.70	0.46	มาก	4.1	0.4	มาก
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	3.22	0.42	ปานกลาง	3.46	0.58	ปานกลาง	3.34	0.48	ปานกลาง	3.20	0.40	ปานกลาง	3.2	0.4	ปานกลาง
หอศิลป์เพาะช่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	3.12	0.33	ปานกลาง	3.16	0.37	ปานกลาง	3.18	0.39	ปานกลาง	3.32	0.47	ปานกลาง	3.1	0.3	ปานกลาง
รัตนโกสินทร์	3.14	0.35	ปานกลาง	3.26	0.44	ปานกลาง	3.32	0.47	ปานกลาง	3.22	0.42	ปานกลาง	3.1	0.3	ปานกลาง
หอศิลป์พระศิวะอนุสรณ์	3.38	0.49	ปานกลาง	3.30	0.46	ปานกลาง	3.16	0.37	ปานกลาง	3.30	0.46	ปานกลาง	3.2	0.4	ปานกลาง
หอศิลป์สวนดุสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	3.38	0.49	ปานกลาง	3.30	0.46	ปานกลาง	3.16	0.37	ปานกลาง	3.30	0.46	ปานกลาง	3.2	0.4	ปานกลาง
รวม	3.36	0.47	ปานกลาง	3.35	0.55	ปานกลาง	3.51	0.51	มาก	3.37	0.48	ปานกลาง	3.6	0.6	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$) และถ้าพิจารณาในรายการย่อยใน

ส่วนการจัดทำโครงการแสดงนิทรรศการแลกเปลี่ยนมากที่สุด ($\bar{x} = 3.6$) และมีระดับมากที่สุดอยู่ใน 4 หอศิลป์คือ หอศิลป์พัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร หอศิลป์จามจุรีนอกนั้นปานกลางและส่วนการจัดบรรยายและสาธิตงานทัศนศิลป์มีน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.35$) มี 8 หอศิลป์

การจัดนิทรรศการของศิลปินที่มีชื่อเสียงภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$) ถ้าแยกเป็นรายหอศิลป์มีอยู่ในระดับมาก 2 หอศิลป์คือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร นอกนั้นปานกลาง

การจัดบรรยายและสาธิตงานทัศนศิลป์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.35$) มีอยู่ในระดับมาก คือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครเพียงแห่งเดียว นอกนั้นปานกลาง

การจัดอภิปรายความรู้มีหัวข้อเพื่อให้สอดคล้องกับงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.51$) แต่มีอยู่ในระดับมากอยู่ 4 หอศิลป์ คือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากรและหอศิลป์จามจุรี นอกนั้นปานกลาง

การจัดอภิปรายความรู้ที่มีหัวข้อซึ่งอยู่ในความสนใจระดับมาก ($\bar{x} = 3.37$) มีอยู่ 2 หอศิลป์ คือหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ส่วนที่เหลือ นอกนั้นปานกลาง

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

หอศิลป์ใน กรุงเทพมหานคร	ปัจจัยส่งเสริมการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (n=400)														
	การประชาสัมพันธ์ทั่วถึงและ น่าสนใจ			จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เกี่ยวกับหอศิลป์			จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ หรือสื่อประเภทอื่นๆ			จัดทำวารสารทางด้าน วิชาการ			การจัดทำสูจิบัตร นิทรรศการ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม	\bar{x}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่งเสริม
หอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร	3.10	0.51	ปานกลาง	3.64	0.48	มาก	3.8	0.8	มาก	3.5	0.3	มาก	4.0	0.5	มาก
หอศิลป์มหาวิทยาลัย ศิลปากร	3.52	0.34	มาก	3.40	0.51	ปานกลาง	3.4	0.6	ปานกลาง	3.0	0.2	ปานกลาง	3.5	0.4	มาก
พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติหอศิลป์	3.18	0.39	ปานกลาง	3.30	0.30	ปานกลาง	3.6	0.6	มาก	3.6	0.5	มาก	4.0	0.4	มาก
หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	4.10	0.42	มาก	3.68	0.47	มาก	3.3	0.5	ปานกลาง	3.8	0.4	มาก	3.2	0.5	ปานกลาง
หอศิลป์วชิราวุธ วิทยาลัย	3.82	0.44	มาก	3.44	4.44	ปานกลาง	3.4	0.5	ปานกลาง	3.4	0.5	ปานกลาง	3.0	0.4	ปานกลาง
หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	3.02	0.44	ปานกลาง	3.42	0.61	ปานกลาง	3.4	0.5	ปานกลาง	3.3	0.5	ปานกลาง	3.2	0.4	ปานกลาง
หอศิลป์ศิลปะศิลป์ อนุสรณ์	3.48	5.58	ปานกลาง	3.22	0.76	ปานกลาง	3.3	0.6	ปานกลาง	3.3	0.5	ปานกลาง	3.1	0.4	ปานกลาง
หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต	3.44	0.48	ปานกลาง	3.76	0.43	มาก	3.4	0.5	ปานกลาง	3.4	0.5	ปานกลาง	3.0	0.4	ปานกลาง
รวม	3.46	2.01	ปานกลาง	3.48	1.64	ปานกลาง	3.45	0.6	ปานกลาง	3.41	0.5	ปานกลาง	3.38	0.6	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยส่งเสริมด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) ถ้าพิจารณาในรายการย่อยในส่วนการจัดทำสื่อประเภทต่างๆมีมากที่สุด ($\bar{x} = 3.48$) และการจัดทำสูจิบัตรนิทรรศการมีน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.38$)

การประชาสัมพันธ์ทั่วถึงและน่าสนใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.46$) คือ มีหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร หอศิลป์จามจุรี และหอศิลป์วชิราวุธอยู่ในระดับมาก ส่วนหอศิลป์ที่เหลืออยู่นั้นอยู่ในระดับปานกลาง

จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ เกี่ยวกับหอศิลป์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางคือ ($\bar{x} = 3.48$) มีหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์จามจุรี หอศิลป์สวนดุสิตอยู่ในระดับมาก ส่วนหอศิลป์ที่เหลือ อยู่ในระดับปานกลาง

การจัดทำเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อประเภทอื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.45$) มีหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ 2 แห่งอยู่ในระดับมาก หอศิลป์ที่เหลือ อยู่ในระดับปานกลาง

การจัดทำวารสารด้านวิชาการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.41$) มีหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี 3 แห่งอยู่ในระดับมาก ส่วนหอศิลป์ที่เหลือ อยู่ในระดับปานกลาง

การจัดทำสูจิบัตรนิทรรศการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางคือ($\bar{x} = 3.38$) มีหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ 3 แห่งอยู่ในระดับมาก ส่วนหอศิลป์ที่เหลือ อยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถามจากคำถามปลายเปิดตอนที่ 4 มาสรุปเป็นข้อ ๆ มีดังต่อไปนี้

1. ในด้านบริการการศึกษาและกิจกรรมเสนอแนะให้มีห้องสมุดด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะที่เปิดให้บริการแก่ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมชมภายในหอศิลป์ทุกหอศิลป์ (จำนวน 115 คน)
2. ในด้านประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้ควรมีเครื่องมือสื่อสารเช่นคอมพิวเตอร์ด้านหน้า เพื่อให้ผู้ที่เดินทางเข้าชมหอศิลป์สามารถคลิกเข้าไปดูรายละเอียดก่อนของงานหอศิลป์ ผลงานศิลปะที่จัดแสดงในระหว่างนั้น หรือนิทรรศการศิลปะวัฒนธรรมหรือประวัติความเป็นมาของงานหรือผลงานในช่วงเวลานั้นๆ (จำนวน 107 คน)
3. ในด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้มีการจัดทำคู่มือแนะนำชมภายในหอศิลป์ หรือสูจิบัตรนิทรรศการทุกโครงการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ใช่มีแต่นิทรรศการ โครงการใหญ่ ๆ เท่านั้น อย่างสม่ำเสมอ (จำนวน 75 คน)
4. ในด้านประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้มีป้ายบอกทางแต่ละชั้นภายในหอศิลป์เกี่ยวกับห้องที่แสดงผลงานศิลปะในด้านต่าง เช่นห้องผลงานจิตรกรรมภาพวาด ห้องผลงานจิตรกรรมภาพพิมพ์ ห้องผลงานสถาปัตยกรรมงานปั้น งานเซรามิกหรือห้องจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ (จำนวน 40 คน)
5. ในด้านบุคลากรเสนอแนะให้มีเจ้าหน้าที่บริการนำชมศิลปะและวัฒนธรรมภายในหอศิลป์เป็นภาษาอังกฤษสำหรับชาวต่างประเทศด้วย (จำนวน 38 คน)
6. ในด้านการศึกษาและกิจกรรมเสนอแนะให้จัดกิจกรรมพิเศษศิลปวัฒนธรรมการแสดงแสงสีที่น่าสนใจและทันสมัยภายในหอศิลป์บ้างจะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (จำนวน 25 คน)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
ศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ในการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล
ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	t	p
ค่าคงที่	-0.919	0.345		-2.663	0.008
ด้านเพศ	0.034	0.052	0.038	0.649	0.517
ด้านอายุ	-0.013	0.024	-0.026	-0.537	0.591
ด้านอาชีพ	0.014	0.025	0.030	0.554	0.580
ด้านบุคลิกภาพ	0.498	0.078	0.260	6.415	0.000*
ด้านการศึกษาและกิจกรรม	0.268	0.043	0.262	6.172	0.000*
ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	0.515	0.062	0.358	8.355	0.000*
R = 0.618		R² = 0.382			

*p < 0.05

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ อาชีพ ไม่มีนัยสำคัญต่อ
ความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับ
นัยสำคัญสูงกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.517, 0.591 และ 0.580) ในขณะที่ปัจจัย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะคือด้านบุคลิกภาพ ด้านการศึกษาและกิจกรรมและด้านการเผยแพร่
และประชาสัมพันธ์ มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอ
ศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.00)

ส่วนค่า $R^2 = 0.382$ ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระทั้งหมด (เพศ อายุ อาชีพ ด้านบุคลิกภาพ ด้าน
การศึกษาและกิจกรรม และด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์) มีอิทธิพลส่งผลต่อตัวแปรตาม (พฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว) ได้ร้อยละ 38.2 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะตัวแปรอิสระ(เพศ อายุ
อาชีพ) ไม่มีความสัมพันธ์หรือไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเลยจึงทำให้
ภาพรวมของตัวแปรอิสระทั้งหมด (R^2) อยู่ในระดับ ต่ำ ค่า(R^2)ที่ใช้ได้ทั่วไปคืออย่างน้อย 0.75
(Haaland , 1989) แสดงว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะควรมีตัวแปรอิสระซึ่งหมายถึงปัจจัย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านต่างๆเช่น ด้านบริการ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนโยบายบริหารพัฒนา

ๆ เพิ่มเติมเพื่อทำให้ค่า (R^2) สูงขึ้นเพื่อ มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้เข้าชมหอศิลป์มากขึ้น

ตอนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการผลวิเคราะห์ข้อมูลนำไปประกอบกับการขอสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ จากการสัมภาษณ์จากการเข้าพบและบางท่านก็เขียนเป็นข้อเสนอแนะแนวทางเป็นเอกสารฝากไว้กับเจ้าหน้าที่ซึ่งให้ผู้วิจัยไปรับภายหลัง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาถอดเทปรวบรวมการจดบันทึกแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครดังนี้

รองศาสตราจารย์ ถนอม ชาก็คดี หัวหน้าภาควิชาทัศนศิลป์คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะ ผลสัมฤทธิ์: คุณค่าด้านความรู้ทางด้านศิลปะและความสำคัญในการจัดกิจกรรมนิทรรศการต่างๆภายในหอศิลป์เพื่อให้หอศิลป์เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปะ นิสิตนักศึกษานักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านศิลปะเข้ามาศึกษาหาความรู้ได้โดยไม่จำกัด การมีหอศิลป์นับเป็นปรากฏการณ์ที่ดีมาก เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญเปรียบเสมือนห้องสมุดที่เป็นรูปธรรมที่นักศึกษา เยาวชน บุคคลภายนอกได้ดู และศึกษาจากผลงานศิลปะจริงๆ มีการ วิเคราะห์วิจารณ์ศิลปะจริงๆ ในหอศิลป์ ไม่ใช่ศึกษาจากเอกสารตำราอย่างเดียว และไม่ได้อาศัยประโยชน์จากของมีค่าทางศิลปะที่เรามีอยู่แต่อย่างใด การได้เรียนรู้จากผลงานจริงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะทำให้เกิดการพัฒนาทางความคิดที่หลากหลายด้วยตนเอง ทำให้รู้จักการเปรียบเทียบ และเชื่อมโยงความรู้ ขยายขอบข่ายจากความรู้ไปสู่ความรู้ จากการสังเกต ไปสู่การกระทำให้เกิดผลจริงขึ้นมา ซึ่ง การเข้าชมนิทรรศการผลงานศิลปะในหอศิลป์เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้และนำไปสู่การพัฒนาผลงานศิลปะของผู้ที่ปฏิบัติทางทัศนศิลป์ให้มีความสมบูรณ์ขึ้นได้ เพราะทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของแนวคิด องค์ประกอบ รวมทั้งเทคนิคการสร้างสรรค์งาน เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักศิลป์ในการดูศิลปะจะต้องเกิดจากอารมณ์แนวคิดที่สามารถวิเคราะห์ วิจารณ์ศิลป์ได้ตามความคิดของตัวเองเพื่อที่จะได้มีผลงานทางศิลปะที่วิวัฒนาการก้าวหน้ายิ่งขึ้นเทียบเท่าต่างประเทศ กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ทางทัศนศิลป์ต่อจากหอศิลป์ได้เพราะการเรียนรู้จากผลงานจริง

คุณลักษณะ คุณาวิชยานนท์ ผู้อำนวยการหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ผลสัมฤทธิ์: สถานที่พิพิธภัณฑ์หอศิลป์จะต้องให้คงคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จัดทำแบบประเมินแสดงความคิดเห็นต่อการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งจากผู้เข้าชมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา จัดทำทะเบียนผลงานศิลปะสะสม การจัดเก็บ เบิกใช้ตรวจสอบรายการ การรักษาสภาพ

ชิ้นผลงานศิลปะอย่างถูกวิธี ควรสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมัคคุเทศก์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเชื่อมโยง สนับสนุนให้หอศิลป์เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ ในการแสดงออกถึงแนวคิด การดำเนินงานศิลปะของไทย แสดงออกรากเหง้า ภูมิปัญญา การพัฒนา ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองให้เป็นที่น่าสนใจซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ได้

คุณอัมฤทธิ์ ชูสุวรรณ ผู้อำนวยการหอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการสัมภาษณ์ : หอศิลป์ทุกแห่งควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีที่เกี่ยวข้องมีช่องทางสามารถนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสู่นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหอศิลป์ทั้งเอกชนและรัฐบาลเพื่อวางแผนการทำงาน การจัดนิทรรศการ การบริการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควรจัดทำวารสารด้านศิลปะเพื่อแสดงความรู้ความคิดเป็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสแห่งวงการศิลปะของประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ ทำเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวผลงานศิลปะรวมถึงผลงานศิลปะที่แสดงอยู่ภายในหอศิลป์ทั้งศิลปินในประเทศและศิลปินของต่างประเทศ

คุณอัจฉรา แข็งสาริกิจ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์ และผู้อำนวยการหอศิลป์พระศรี อนุสรณ์ ท่านเป็นผู้บริหารทั้ง 2 หอศิลป์ ผลสัมภาษณ์: ภายหอศิลป์ควรมีศิลปะร่วมสมัยเป็นศิลปะของยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไปตามสังคม โดยสัมพันธ์สอดคล้องและสะท้อนภาพของสังคมในยุคปัจจุบันที่มีหอศิลป์เป็นสถาบันที่มีบทบาทโดยตรงในการเผยแพร่ทั้งในด้านการจัดการแสดง จัดนิทรรศการงานศิลปะและการศึกษาทางศิลปะแก่สาธารณชนซึ่งได้แก่ผู้เข้าชม นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา ศิลปิน หอศิลป์แห่งชาติในประเทศไทยมีบทบาทในการเผยแพร่ศิลปะร่วมสมัยซึ่งเป็นผลงานของศิลปินไทย กับการเผยแพร่งานศิลปะในรูปแบบอื่นรวมทั้งจัดแสดงวัตถุอื่นที่มีชิ้นงานศิลปะร่วมสมัย และมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของหอศิลป์สำหรับโครงการจัดตั้งหอศิลป์ที่ดีในอนาคต ทางด้านการประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากควรมีแผนงานผ่านภาคีที่เกี่ยวข้องมีช่องทางสามารถนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสู่นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหอศิลป์ทั้งเอกชนและรัฐบาลเพื่อวางแผนการทำงาน

หอศิลป์จามจุรี ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายศิลปะและวัฒนธรรม เขียนผลสัมฤทธิ์ผ่านเลขาคือ
 เจ้าที่บริหารทั่วไป คุณพระชา คำล้วน ผลสัมฤทธิ์ : ควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมด้านการศึกษา
 ศิลปะ โครงการนิทรรศการ การแสดง ที่ทันสมัยและตรงกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
 นักท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะความรู้เพื่อส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจ
 และถนัดในด้านศิลปะมาเข้าค่ายศิลปะเยาวชนอย่างสม่ำเสมอ จัดหาทุนสนับสนุน การค้นคว้าวิจัย
 ด้านศิลปะเพื่อสร้างและขยายองค์ความรู้ด้านศิลปะเพื่ออนุรักษ์ผลงานศิลปะและศิลปินของประเทศ
 ให้ยั่งยืนสืบไป ส่วนด้านบุคลากรควรมีการสร้างทักษะและองค์ความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มี
 ส่วนเกี่ยวข้องในหอศิลป์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและปรับปรุงตนเอง
 ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่
 นักท่องเที่ยว

หอศิลป์วชิราวุธ ผู้บังคับการ วชิราวุธวิทยาลัย (ตำแหน่งผู้อำนวยการหอศิลป์) ได้เขียนผล
 สัมฤทธิ์ผ่านเลขาคือคุณสุวรรณี สารคณา ผลสัมฤทธิ์ : การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นมากใน
 งานด้านศิลปะภาครัฐควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีที่เกี่ยวข้องมีช่องทางสามารถนำเสนอ
 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสู่นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง
 หอศิลป์ทั้งเอกชนและรัฐบาลเพื่อวางแผนการทำงาน การจัดนิทรรศการ การบริการข้อมูลด้วยระบบ
 สารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควรจัดทำวารสารด้านศิลปะเพื่อแสดงความรู้ความคิดเป็นเพื่อ
 ก่อให้เกิดกระแสแกว่งการศิลปะของประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ
 ทำเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวผลงานศิลปะรวมถึงผลงานศิลปะที่แสดงอยู่ภายใน
 หอศิลป์ทั้งศิลปินในประเทศและศิลปินของต่างประเทศ

หอศิลป์เพาะช่าง ผู้อำนวยการกองบริหารงานเพาะช่างเขียนผลสัมฤทธิ์ผ่านเลขาคือคุณ
 พรทิพย์ บุญทรง ผลสัมฤทธิ์ : การจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะความรู้เพื่อส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่
 มีความสนใจและ จัดหาทุนสนับสนุน การค้นคว้าวิจัยด้านศิลปะเพื่อสร้างและขยายองค์ความรู้ด้าน
 ศิลปะเพื่ออนุรักษ์ผลงานศิลปะและศิลปินของประเทศควรจัดทำวารสารด้านศิลปะเพื่อแสดงความรู้
 ความคิดเป็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสแกว่งการศิลปะของประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น ด้าน
 ประชาสัมพันธ์ควรจัดทำสูจิบัตรนิทรรศการจัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ ทำเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์เพื่อ

เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานศิลปะรวมถึงผลงานศิลปะที่แสดงอยู่ภายในหอศิลป์ทั้งศิลปินในประเทศและศิลปินของต่างประเทศ

หอศิลป์สวนดุสิต คณะศิลปะศิลปกรรมศาสตร์ เป็นผู้ควบคุมหอศิลป์เขียนผลสัมฤทธิ์ผ่านเลขาคือ คุณผดุง พรหมมูล ผลสัมฤทธิ์ : สนับสนุนให้มีกิจกรรมด้านการศึกษาศิลปะ โครงการนิทรรศการ การแสดง ที่ทันสมัยและตรงกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะความรู้เพื่อส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจการสร้างทักษะและองค์ความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหอศิลป์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและปรับปรุงตนเองในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีการติดต่อประสานงานในระดับหัวหน้าหน่วยงานของหอศิลป์เพื่อประชุมและเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของหอศิลป์ควรจัดให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติภายในหน่วยงาน และปรับปรุง สถานที่พิพิธภัณฑ์หอศิลป์ให้คงคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จัดทำแบบประเมินแสดงความคิดเห็นต่อการจัดทำนิทรรศการแต่ละครั้งจากผู้เข้าชม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คนจากหอศิลป์ ทั้งหมด 8 แห่งๆละ 50 คน ประกอบด้วย 1) หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร 2) หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร 3) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ 4) หอศิลป์จามจุรี 5) หอศิลป์วชิราวุธ 6) หอศิลป์เพาะช่าง 7) หอศิลป์พีระศิลป์ อนุสรณ์ และ 8) หอศิลป์สวนดุสิต โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยแบบพหุคูณที่มีระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คนคิดเป็นร้อยละ 59 มีช่วงอายุ 21-40 ปี เป็นส่วนใหญ่จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และเป็นนิสิตนักศึกษามากที่สุดจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเดินทางมาหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา 1-2 ครั้งจำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ 39.8 วัตถุประสงค์หลักในการมาหอศิลป์คือเพื่อการศึกษา จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ลักษณะการเดินทางมาหอศิลป์คือมากับเพื่อน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 สื่อที่รับรู้ข้อมูลสถานที่หอศิลป์คือทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 กิจกรรมที่ทำภายในหอศิลป์คือเที่ยวชมหอศิลป์และชมผลงาน ศิลปวัฒนธรรมซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 หากมีโอกาสจะกลับมา

หอศิลป์อีกแน่นอน มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 สรุปรภาพรวมความสนใจเข้ามาหอศิลป์ครั้งนี้อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

3. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$) ด้านปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x} = 3.67$) ส่วนด้านปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) ถ้าแยกเป็นแต่ละหอศิลป์ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ($\bar{x} = 3.8$) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ ($\bar{x} = 3.58$) หอศิลป์จามจุรี ($\bar{x} = 3.66$) ยังอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถามจากคำถามปลายเปิดตอนที่ 4 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ในด้านการศึกษาและกิจกรรมเสนอแนะให้มีห้องสมุดด้านศิลปะและวัฒนธรรมโดยเฉพาะที่เปิดให้บริการแก่ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมชมภายในหอศิลป์ทุกหอศิลป์ (จำนวน 115 คน)
2. ในด้านประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้ควรมีเครื่องมือสื่อสารเช่นคอมพิวเตอร์ด้านหน้า หอศิลป์เพื่อให้ผู้ที่เดินทางเข้าชมหอศิลป์สามารถคลิกเข้าไปดูรายละเอียดก่อนของงานหอศิลป์ ผลงานศิลปะที่จัดแสดงในระหว่างนั้น หรือนิทรรศการศิลปะวัฒนธรรมหรือประวัติความเป็นมาของงานหรือผลงานในช่วงเวลานั้นๆ (จำนวน 107 คน)
3. ในด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้มีการจัดทำคู่มือนำชมภายในหอศิลป์ หรือคู่มือแนะนำนิทรรศการทุกโครงการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไม่ใช้มีแต่นิทรรศการ โครงการใหญ่ๆ เท่านั้น อย่างสม่ำเสมอ (จำนวน 75 คน)
4. ในด้านประชาสัมพันธ์เสนอแนะให้มีป้ายบอกทางแต่ละชั้นภายในหอศิลป์เกี่ยวกับห้องที่แสดงผลงานศิลปะในด้านต่าง เช่นห้องผลงานจิตรกรรมภาพวาด ห้องผลงานจิตรกรรมภาพพิมพ์ ห้องผลงานสถาปัตยกรรมงานปั้น งานเซรามิกหรือห้องจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ (จำนวน 40 คน)

5. ในด้านบุคลากรเสนอแนะให้มีเจ้าหน้าที่บริการนำชมศิลปะและวัฒนธรรมภายในหอศิลป์ เป็นภาษาอังกฤษสำหรับชาวต่างประเทศด้วย (จำนวน 38 คน)

6. ในด้านการศึกษาและกิจกรรมเสนอแนะให้จัดกิจกรรมพิเศษศิลปวัฒนธรรมการแสดง สี่ที่น่าสนใจและทันสมัยภายในหอศิลป์บ้างจะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (จำนวน 25 คน)

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ อาชีพ ไม่มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญสูงกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.517, 0.591 และ 0.580) ในขณะที่ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะคือด้านบุคลากร ด้านการศึกษาและกิจกรรมและด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.00)

ส่วนค่า $R^2 = 0.382$ ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระทั้งหมด (เพศ อายุ อาชีพ ด้านบุคลากร ด้านการศึกษาและกิจกรรม และด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์) มีอิทธิพลส่งผลต่อตัวแปรตาม (พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว) ได้ร้อยละ 38.2 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะตัวแปรอิสระ(เพศ อายุ อาชีพ) ไม่มีความสัมพันธ์หรือไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเลยจึงทำให้ภาพรวมของตัวแปรอิสระทั้งหมด (R^2) อยู่ในระดับต่ำ ค่า(R^2)ที่ใช้ทั่วไปอย่างน้อย 0.75 หรือร้อยละ 75 (Haaland , 1989) นั่นแสดงว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะควรมีตัวแปรอิสระซึ่งหมายถึงปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านต่างๆเช่น ด้านบริการ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนโยบายบริหารพัฒนา ฯลฯ เพิ่มเติมเพื่อให้ค่า(R^2)สูงขึ้นเพื่อ มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงขึ้นและส่งผลต่อจำนวนผู้เข้าชมหอศิลป์มากขึ้น

5. ผลสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการผลวิเคราะห์ข้อมูลนำไปประกอบกับการขอสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ จากการสัมภาษณ์จากการเข้าพบและบางท่านก็เขียนเป็น

ข้อเสนอแนะแนวทางเป็นเอกสารฝากไว้กับเจ้าหน้าที่ซึ่งให้ผู้วิจัยไปรับภายหลัง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาถอดเทปรวบรวมการจดบันทึกแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครดังนี้

ด้านบุคลากร ควรสนับสนุนให้มีการสร้างทักษะและองค์ความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหอศิลป์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและปรับปรุงตนเองในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีการติดต่อประสานงานในระดับหัวหน้าหน่วยงานของหอศิลป์เพื่อประชุมและเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของหอศิลป์

ด้านประชาสัมพันธ์ ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีที่เกี่ยวข้องมีช่องทางสามารถนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสู่แก่นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหอศิลป์ทั้งเอกชนและรัฐบาลเพื่อวางแผนการทำงาน การจัดการนิทรรศการ การบริการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควรจัดทำวารสารด้านศิลปะเพื่อแสดงความรู้ความคิด เป็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสแห่งการศิลปะของประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ ทำเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานศิลปะรวมถึงผลงานศิลปะที่แสดงอยู่ภายในหอศิลป์ทั้งศิลปินในประเทศและศิลปินของต่างประเทศ

ด้านการศึกษาและกิจกรรม ควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมด้านการศึกษาศิลปะ โครงการนิทรรศการ การแสดง ที่ทันสมัยและตรงกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะความรู้เพื่อส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจและถนัดในด้านศิลปะ มาเข้าค่ายศิลปะเยาวชนอย่างสม่ำเสมอ จัดหาทุนสนับสนุน การค้นคว้าวิจัยด้านศิลปะเพื่อสร้างและขยายองค์ความรู้ด้านศิลปะเพื่ออนุรักษ์ผลงานศิลปะและศิลปินของประเทศไทยให้ยั่งยืนสืบไป

ด้านนโยบายดำเนินงานและการพัฒนา ควรจัดให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติภายในหน่วยงาน และปรับปรุง สถานที่พิพิธภัณฑ์หอศิลป์ให้คงคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จัดทำแบบประเมินแสดงความคิดเห็นต่อการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งจากผู้เข้าชมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา จัดทำทะเบียนผลงานศิลปะสะสม การจัดเก็บ เบิกใช้ตรวจสอบรายการ การรักษาภาพชิ้นผลงานศิลปะอย่างถูกวิธี ควรสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมัคคุเทศก์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในการเชื่อมโยง สนับสนุนให้หอศิลป์เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ ในการแสดงออกถึงแนวคิด การดำเนินงานศิลปะของไทย แสดงออกรากเหง้า ภูมิปัญญา การพัฒนา ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองให้เป็นที่น่าสนใจซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีประเด็นอภิปรายที่ตรงกับวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1.วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง ศิลปะ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง ศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน มีช่วงอายุ 21-40 ปีเป็นนิสิตนักศึกษามากที่สุดจำนวน 158 คน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันย่อมเกิดปัจจัยการส่งเสริมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันสอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ที่ให้แนวคิดที่ลักษณะของหลักประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ว่า เพศ อายุ อาชีพ ของประชากรแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันซึ่งมีผลต่ออุปสงค์ของสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเช่นกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ อาชีพ ไม่มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญสูงกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.517, 0.591 และ 0.580) ในขณะที่ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะคือด้านบุคลากร ด้านการศึกษาและกิจกรรมและด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ในภาพรวมของพฤติกรรมผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญต่ำกว่าระดับ 0.05 ที่กำหนดไว้ (P เท่ากับ 0.00) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะในด้านต่างๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทัศนวรรณ วิบุรุษมานนท์ (2545) ที่

ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยส่งเสริมมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน

ส่วนค่า $R^2 = 0.382$ ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระทั้งหมด (เพศ อายุ อาชีพ ด้านบุคลิกกร ด้านการศึกษาและกิจกรรม และด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์) มีอิทธิพลส่งผลต่อตัวแปรตาม (พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว) ได้ร้อยละ 38.2 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะตัวแปรอิสระ(เพศ อายุ อาชีพ) ไม่มีความสัมพันธ์หรือไม่มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเลยจึงทำให้ภาพรวมของตัวแปรอิสระทั้งหมด (R^2) อยู่ในระดับ ต่ำ ค่า (R^2) ที่ใช้ทั่วไปอย่างน้อย 0.75 (Haaland , 1989) นั้นแสดงว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะควรมีตัวแปรอิสระเพิ่มเติมซึ่งอาจหมายถึงปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านต่างๆเช่น ด้านบริการ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนโยบายบริหารพัฒนา ฯลฯ เพิ่มเติมหรือปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวไว้ที่นี้เพิ่มเติมเพื่อจะทำให้ค่า (R^2) สูงขึ้นเพื่อ มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงขึ้นและส่งผลต่อจำนวนผู้เข้าชมหอศิลป์มากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่าเหตุที่หอศิลป์ในประเทศไทยมีจำนวนเข้าชมน้อยมาก คาดว่าน่าจะเกิดจากยังขาดปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะในด้านอื่นๆ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่าที่ข้อมูลส่วนบุคคล(เพศ อายุ อาชีพ) ไม่มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพราะงานด้านศิลปะไม่จำเป็นต้องเฉพาะเจาะจงว่าเพศหญิงหรือเพศชายที่ชอบงานศิลป์ ส่วนอายุงานด้านศิลปะช่วงอายุก็ได้บ่งบอกว่าต้องคนอายุเท่าไรถึงชอบงานศิลปะบางคนก็ยังเป็นวัยรุ่นหรือเยาวชน บางคนก็เป็นผู้สูงอายุที่ต้องการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายยามว่าง ส่วนอาชีพก็ไม่เฉพาะเจาะจงว่าบุคคลอาชีพใดที่ชอบงานศิลป์มีทั้งคนระดับตั้งแต่ฐานะปกติจนถึงระดับมหาเศรษฐีที่ชอบงานด้านศิลป์มาก

ปัจจัยส่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวควรมีเพิ่มเติมจากปัจจัยส่งเสริมที่มีเพียง 3 ด้าน(ด้านบุคลิกกร ด้านการศึกษาและกิจกรรม ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์) เช่น 1) ด้านบริการต่าง ๆเช่นอำนวยความสะดวก ในการเดินทาง ที่จอดรถพาหนะ การตอบคำถามชี้แจง บริการคั้นคว่ำและวิจัย 2) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นร่วมมือกับหอศิลป์เอกชนในการจัดแสดงและจำหน่ายผลงานศิลปะในราคาที่เหมาะสม หรือจัดกิจกรรมการแสดงผลงานของเหล่าดาราศิลปินเพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าชมสนใจมากยิ่งขึ้น 3) ด้านนโยบายบริหารเช่นเพิ่มกิจกรรมเสริมเช่นแลกเปลี่ยนหมุนเวียนนิทรรศการแบบเดิมๆระหว่างหอศิลป์ด้วยกันเป็นต้น และอาจมีปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวในที่นี่ซึ่งมีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ดังนั้นปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงศิลปะหรือตัวแปรอิสระอื่นๆอาจจะยังมีอีกมากมายนอกจากที่กล่าวมานี้ ที่สามารถผลักดันหรือกระตุ้นในผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวในหอศิลป์ ซึ่งถือเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ได้

2.ศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

ผลจากการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะด้านปัจจัยส่งเสริมด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยส่งเสริมด้านการศึกษาและกิจกรรมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนด้านปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ถ้าแยกเป็นรายหอศิลป์แล้ว หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอศิลป์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหอศิลป์ หอศิลป์จามจุรี ยังอยู่ในระดับมากถึงแม้ภาพรวมของปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทั้ง 8 หอศิลป์อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครเป็นหอศิลป์ที่สร้างใหม่ กว้างขวาง ทันสมัยสะอาดและอยู่ใจกลางเมืองการเดินทางสะดวกและได้รับการประชาสัมพันธ์มาก ส่วนหอศิลป์จามจุรีและหอศิลป์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเป็นหอศิลป์ที่เก่าแก่มีผลงานศิลปะมากจากนิสิตและอาจารย์และการเดินทางสะดวกเพราะอยู่ใจกลางเมืองจึงได้รับการประชาสัมพันธ์มากจึงทำให้มีผู้เข้าชมมากเช่นกัน ส่วนหอศิลป์ที่เหลืออีก 5 แห่งอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับนิลวัจน์ อังสุชนมาลี (2551) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี มีทั้งหมด 5 ด้านและอยู่ในระดับมากเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ (ด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการศึกษาและกิจกรรม ปัจจัยด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์) นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในหอศิลป์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะได้

ด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่ หน้าที่ที่รับผิดชอบในด้านต่างๆการปฏิบัติงาน ความกระตือรือร้น ความพร้อมในการให้บริการ ให้แนะนำความรู้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในระดับมากทุกด้านทั้ง 8 หอศิลป์สอดคล้องกับสมบัติ กาญจนกิจ (2541) ในเรื่ององค์กรของรัฐกับแหล่งนันทนาการกลางแจ้งที่บอกถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรของกรมศิลปากรกองสังคิตศิลป์ กองหอสมุดแห่งชาติกองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความพร้อมสมบูรณ์ด้านบุคลากรถือเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

ด้านการศึกษาและกิจกรรม เป็นปัจจัยหนึ่งที่อยู่ในระดับมากเช่นกันแสดงให้เห็นถึงคุณค่าด้านความรู้ทางด้านศิลปะและความสำคัญในการจัดกิจกรรมนิทรรศการต่างๆภายในหอศิลป์เพื่อให้หอศิลป์เป็นแหล่งเรียนรู้ ทางด้านศิลปะสามารถดึงดูด กลุ่มคนหลากหลายชน นิสิตนักศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านศิลปะเข้ามาศึกษาหาความรู้ได้โดยไม่จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับศิลปินแห่งชาติ อาจารย์ถวัลย์ ดัชนี ปรมาจารย์ด้านศิลปะ ผู้ซึ่งมีภาพวาดแพงที่สุดในประเทศไทยถึง 40 ล้านบาท ซึ่งท่านได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้แทนวัฒนธรรมทางศิลปะตะวันออกในปี 2540 จากองค์การสหประชาชาติซึ่งอาจารย์ท่านจบจากวิทยาลัยเพาะช่าง และมหาวิทยาลัยศิลปากร ท่านได้ให้ความสำคัญกับแหล่งเรียนรู้เพื่อการศึกษาภายในหอศิลป์และท่านได้กล่าวไว้ตอนหนึ่งว่า

“ การมีพิพิธภัณฑ์ศิลปะหรือหอศิลป์นับเป็นปรากฏการณ์ที่ดีมาก เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญเปรียบเสมือนห้องสมุดที่เป็นรูปธรรมที่นักศึกษาเยาวชน บุคคลภายนอกได้ดู และศึกษาจากผลงานศิลปะจริงๆ มีการ วิเคราะห์วิจารณ์ศิลปะจริงๆ ในหอศิลป์ ไม่ใช่ศึกษาจากเอกสารตำราอย่างเดียวและไม่ได้ใช้ประโยชน์จากของมีค่าทางศิลปะที่เรามีอยู่แต่อย่างใด ดังนั้นหอศิลป์จึงควรได้รับการสนับสนุนให้เป็นสถานที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปะอย่างเต็มที่ เพื่อว่าในที่สุดแล้วจะทำให้ประตูหอศิลป์เปิดกว้างขึ้นในอนาคตอย่างไร้ที่สิ้นสุด ช่วยเสริมสร้าง วงการด้านศิลปะของชาติสู่ความเป็นมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมระดับโลก ” (วิทยาลัยช่างศิลป์, 2552: ออนไลน์)และยังสอดคล้องกับ ฮูเปอร์-กรีนฮิลล์ (Hooper-Greenhill, 1991) กล่าวว่า การได้เรียนรู้จากผลงานจริงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะทำให้เกิดการพัฒนาทางความคิดที่หลากหลายด้วยตนเอง ทำให้รู้จักการเปรียบเทียบ และเชื่อมโยงความรู้ ขยายขอบข่ายจากความรู้ไปสู่ความรู้ จากการสังเกต ไปสู่การกระทำให้เกิดผลจริงขึ้นมา ซึ่ง การเข้าชมนิทรรศการผลงานศิลปะในหอศิลป์เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้และนำไปสู่การพัฒนาผลงานศิลปะของผู้ที่ปฏิบัติทางทัศนศิลป์ให้มีความสมบูรณ์ขึ้นได้ เพราะทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของแนวคิด องค์ประกอบ รวมทั้งเทคนิคการสร้างสรรคงาน เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักศิลปิน จะได้มีผลงานทางศิลปะที่วิวัฒนาการก้าวหน้ายิ่งขึ้นเทียบเท่าต่างประเทศ นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของคานาทานิ (Kanatani, 1998) ที่กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ทางทัศนศิลป์ต่อจากหอศิลป์ได้เพราะการเรียนรู้จากผลงานจริง

ด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาปัจจัยด้านนี้ในภาพรวมทั้ง 8 หอศิลป์อยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยได้ข้อสังเกตว่ามีหอศิลป์ที่มีระดับปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากอยู่ 3 หอศิลป์ ได้แก่ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์ และหอศิลป์จามจุรีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าชมมากกว่าหอศิลป์ที่เหลืออีก 5 แห่งอย่างเห็นได้ชัดยก ตัวอย่างเช่นหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครมีนักท่องเที่ยวเข้าชมจำนวน 228,154 คนต่อปี แต่หอศิลป์แต่หอศิลป์พิระศิลป์ อนุสรณ์มีนักท่องเที่ยวเข้าชมเพียงจำนวน 4,805 คนต่อปี ดังนั้นการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญถือเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะมาก

สอดคล้องกับคำกล่าวตอนหนึ่ง ของ อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ศิลปินแห่งชาติ 2554 คนล่าสุด สาขาทัศนศิลป์ ด้าน จิตรกรรม สูดยอดปรมาจารย์แห่งพุทธศิลป์ ที่ได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทางด้านศิลปะ โดยได้กล่าวขอบคุณสื่อต่าง ๆ ที่ได้มีส่วนร่วมกันในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ ทำให้ วัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย เป็นที่รู้จักกันไปทั่วโลก ได้เป็นที่ยอมรับให้เป็นศิลป์สมบัติอีกแห่งหนึ่งที่มีคุณค่าแก่โลกมนุษย์ สถานที่หลักของวัดร่องขุน คือเป็น พระอุโบสถสีขาวและบริเวณโดยรอบซึ่งออกแบบตามแนวคิดของ 3 โลกคือ สวรรค์ โลกมนุษย์ นรก (ธรรมะไทย, 2555: ออนไลน์)

3.ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่มีประสบการณ์การเดินทางมาหอศิลป์ในกรุงเทพมหานคร ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา 1-2 ครั้ง วัดดูประสงค์หลักในการมาหอศิลป์คือเพื่อการศึกษา ลักษณะการเดินทางมาหอศิลป์คือมากับเพื่อน สื่อที่รับรู้ข้อมูลสถานที่หอศิลป์คือทางอินเทอร์เน็ต กิจกรรมที่ทำภายในหอศิลป์คือชมผลงานศิลปะและชมพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ หากมีโอกาสจะกลับมาหอศิลป์อีกแน่นอน สรุปภาพรวมความสนใจเข้ามาหอศิลป์ครั้งนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับพรรณราย ทรัพย์ะประกา (2529) กล่าวว่าบุคคลแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันออกไปอย่างไรบ้างนั้นส่วนหนึ่งเนื่องมาจากปัจจัยส่งเสริมด้านต่าง ๆ จากบุคคลผู้ นั้นและยังสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ ธงชัย สันติวงษ์ (2525) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการ ในด้านต่างๆ โดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลจงใจการตัดสินใจของผู้บริโภคนี้เอง ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องของการศึกษาถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า เกิดจากปัจจัยอิทธิพลอะไรที่เป็นตัวกำหนด เช่น ความต้องการการเรียนรู้ ความนึกชอบพอ ทักษะคติ ความเข้าใจ หรือกลุ่มทางสังคมตลอดจน ศิลปวัฒนธรรมปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ได้มีอยู่ในความนึกคิด จิตวิทยาของตนเองและตามสังคม และ วัฒนธรรมแวดล้อมที่ต่างกันจากอดีตจนถึง

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าจากการศึกษาปัจจัยส่งเสริมด้านเผยแพร่งานศิลปะและประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากและมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ถ้าแจกแจงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชนิดจะเห็นได้ว่าสื่อบางอย่างยังไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควรเช่นทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหอศิลป์ที่เก่าแก่และเป็นหอศิลป์ที่เล็กและไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทำให้ดูเก่า ไม่สะดวกในด้านบริการ ไม่สะอาด งานศิลปะในแขนงต่างไม่ว่า จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ ควรได้รับการสื่อประชาสัมพันธ์เกือบทั้งสิ้นเพราะโดยปกติแล้ววงการศิลปะในประเทศไทยถูกมองข้ามอย่างไม่ตั้งใจในยุควิวัฒนาการก่อนหน้านี้ แต่ในปัจจุบันวงการศิลปะสามารถแทรกซึมสู่ชีวิตประจำวันของผู้คนทำให้รับรู้งานศิลปะบ้าง จนกระทั่งได้มีผลงานศิลปะต่างๆที่ได้รับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์และเป็นที่ยอมรับระดับชาติจากเหล่าศิลปินแห่งชาติ ด้านศิลปะสาขาต่างๆ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการผลวิเคราะห์ข้อมูลนำไปประกอบกับการขอสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะและท่านผู้อำนวยการหอศิลป์เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ สามารถวิเคราะห์และสรุปได้ เป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งได้เป็น 4 ด้านดังนี้

1.ด้านบุคลากร

1.1 มีการสร้างทักษะและองค์ความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหอศิลป์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและปรับปรุงตนเองในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

1.2 มีการติดต่อประสานงานกับบุคคลในระดับหัวหน้าหน่วยงานของหอศิลป์เพื่อประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของหอศิลป์

1.3 เสริมสร้างบุคลากรให้เกิดความรู้สึภาคภูมิใจในความสามารถและเล็งเห็นคุณค่าในผลงานศิลปะของศิลปินไทย

2.ด้านการศึกษาและกิจกรรม

2.1 มีการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะความรู้เพื่อส่งเสริมนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจและถนัดในด้านศิลปะมาเข้าค่ายศิลปะเยาวชนอย่างสม่ำเสมอ

2.2 จัดหาทุนสนับสนุน การค้นคว้าวิจัยด้านศิลปะเพื่อสร้างและขยายองค์ความรู้ด้านศิลปะเพื่ออนุรักษ์ผลงานศิลปะและศิลปินของประเทศให้ยั่งยืนสืบไป

2.3 สนับสนุนให้มีกิจกรรมด้านการศึกษาศิลปะ โครงการนิทรรศการ การแสดง ที่ทันสมัย และตรงกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยครั้งนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นนิสิตนักศึกษา

3.ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

3.1 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีที่เกี่ยวข้องมีช่องทางสามารถนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะสู่นักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

3.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหอศิลป์ทั้งเอกชนและรัฐบาลเพื่อวางแผนการทำงาน การจัดนิทรรศการ การบริการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3.3 ควรจัดทำวารสารด้านศิลปะเพื่อแสดงความรู้ความคิดเป็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสแก่วงการศิลปะของประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

3.4 จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ ทำเว็บไซต์แต่ละหอศิลป์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานศิลปะ รวมถึงผลงานศิลปะที่แสดงอยู่ภายในหอศิลป์ทั้งศิลปินในประเทศและศิลปินของต่างประเทศ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนที่สนใจในงานศิลป์ได้สะดวกและง่ายยิ่งขึ้น

4. ด้านนโยบายและบริการอื่นๆ

4.1 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมัคคุเทศก์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเชื่อมโยง สนับสนุนให้หอศิลป์เป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญในการแสดงออกถึงแนวคิด การดำเนินงานศิลปะของไทย แสดงออกหลากหลาย ภูมิปัญญา การพัฒนา ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองให้เป็นที่น่าสนใจซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ได้

4.2 ควรจัดให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติภายในหน่วยงาน และปรับปรุง สถานที่พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ให้คงคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จัดทำแบบประเมินแสดงความคิดเห็นต่อการ จัดนำนิทรรศการแต่ละครั้งจากผู้เข้าชมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา จัดทำทะเบียนผลงานศิลปะ สะสม การจัดเก็บ การเบิกใช้ การตรวจสอบรายการ การรักษาสภาพชิ้นผลงานศิลปะ ได้อย่างถูกต้อง

4.3 ผู้บริหารหอศิลป์ควรมีนโยบายเชิงรุก เพิ่มสัดส่วนผู้เยี่ยมชมกลุ่มประชาชนทั่วไปและ นักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น โดยใช้สื่อที่เข้าถึงประชาชน เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ หรือจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าเยี่ยมชมมากขึ้น และสร้างความเข้าใจกับ ประชาชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของหอศิลป์

4.4 ผู้บริหารหอศิลป์ควรจัดทำงบประมาณ จัดหารายได้เพิ่มจากกิจกรรมต่าง ๆ จากของหอ ศิลป์หรือพัฒนาผลงานศิลปะให้มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ขยายแหล่งเงินทุนนอกจาก งบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐเพื่อให้มีการพัฒนาหอศิลป์อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็น แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตามภูมิภาค
- 2.ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะกลยุทธ์ทางด้านการ ตลาดเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- 3.ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวหอศิลป์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้อย่าง ยั่งยืน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปในหอศิลป์ในช่วงเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือนซึ่ง สามารถเห็นและวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของหอศิลป์ทั้ง 8 แห่ง ผู้วิจัยพบว่า

1.หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

จุดเด่น: เป็นหอศิลป์ที่สร้างขึ้นใหม่ล่าสุด สะอาด กว้างขวางและทันสมัยมากและตั้งอยู่ใ กลางเมือง มีกิจกรรม นิทรรศการที่ทันสมัย และผลงานของผู้มีชื่อเสียงตลอดทั้งปี มีสูจิบัตร นิทรรศการทุกครั้งที่มีการจัดแสดง การเดินทางสะดวก ที่จอดรถเพียงพอ

จุดด้อย: ผลงานศิลปะเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าจัดแสดงน้อยมาก

2. หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร

จุดเด่น: มีผลงานศิลปะเก่าแก่ที่ทรงคุณค่ามาก เป็นหอศิลป์ที่มีชื่อเสียงด้านศิลปะมากที่สุด

จุดด้อย: สถานที่หอศิลป์เดินทางเข้าถึงลำบากหน่อย ที่จอดรถน้อยมาก ๆ ความสะอาดปานกลาง เจ้าหน้าที่ที่ให้ความรู้ทางศิลปะไม่มีเลย ไม่มีสูจิบัตรนิทรรศการแก่นักท่องเที่ยว

3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลป์

จุดเด่น: มีผลงานเก่าแก่ที่ทรงคุณค่ามากและมีการจัดนิทรรศการที่ทันสมัยผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัยด้วย มีผู้เข้าชมจากนักเรียนนักศึกษาจำนวนมากเพราะมีชื่อเสียงมานาน ปรับปรุงทันสมัยขึ้นการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและหาที่จอดรถสะดวก อาคารที่จัดแสดงกว้างขวาง สะอาด

จุดด้อย: ทางด้านเจ้าหน้าที่มีความรู้ทางศิลปะน้อย ขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการอยากได้ข้อมูลต่างๆ ด้านศิลปะ

4. หอศิลป์จามจุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุดเด่น: อยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวก มีผลงานของนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกสาขามีเจ้าหน้าที่คอนิสิสิตที่โชว์ผลงานของคณะคอยให้ข้อมูลและบริการในทุกด้านมีนิทรรศการตลอด สามารถให้ศิลปินภายนอกสามารถมาจัดนิทรรศการผลงานของตัวเองได้โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย

จุดด้อย: สถานที่หอศิลป์พื้นที่เล็กเกินไป

5. หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย

จุดเด่น: สถานที่หอศิลป์ใหญ่โต สะอาด สวยงามน่าจะได้รับการพัฒนาบูรณะมาตลอด การเดินทางเข้าชมหอศิลป์สะดวก มีที่จอดรถมากมาย

จุดด้อย: ผลงานศิลปะส่วนใหญ่จะเป็นของนักเรียนวชิราวุธเกือบทั้งหมดมีผลงานของศิลปินที่มีชื่อน้อยมาก หยุควันเสาร์และวันอาทิตย์

6. หอศิลป์เพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

จุดเด่น: มีผลงานศิลปะของศิลปินที่มีชื่อเสียงที่เก่าแก่มากมาย ถ้าต้องการดูชิ้นงานศิลปะในด้านต่างๆ หลากหลายให้ครบต้องมาที่นี่ พร้อมทั้งผลงานของนักศึกษามากมาย

จุดด้อย: สถานที่หอศิลป์เก่า ไม่ค่อยสะอาด ไม่ทันสมัย การเดินทางโดยรถยนต์ไม่ค่อยสะดวกเพราะที่จอดรถน้อยมาก เจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวไม่มี

7. หอศิลป์พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์

จุดเด่น: มีผลงานศิลปะเก่าแก่และสวยงามมาก สถานที่เล็กๆ แต่ดูทรงคุณค่ามาก

จุดด้อย: สถานที่อยู่ในมุมอับ คนไม่ค่อยเห็น คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยรู้จัก ไม่มีที่จอดรถ

8. หอศิลป์สวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

จุดเด่น: มีผลงานของนักศึกษามากมายหลายสาขา

จุดด้อย: นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักเพราะคิดว่าเป็นสถานศึกษา

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถิตินักท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php [4 มกราคม 2555]

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัสวสิทธิถาวร. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วังอักษร, 2550.

เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทร์ตัน. ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย. จุลสารการท่องเที่ยว 19 (กรกฎาคม-กันยายน 2543): 43-54

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. การศึกษาแรงจูงใจของเยาวชนไทยต่อการท่องเที่ยวพืชรักชันทัน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล . วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาศาสตร์การ
กีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

เสาวรส ใหญ่สว่าง. โครงการสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยปี 2545.
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ชนิดา พลศรี. ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์
วิทยาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ , ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

ชลุด นิ่มเสมอ. องค์ประกอบของศิลปะ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2534.

ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. โครงการวิจัยในวโรกาสเฉลิมฉลองกาญจนาภิเษกสมโภช เรื่อง หอศิลป์
ช่วง พ.ศ. 2489-2538. ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารีวนิช. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2551.

ฉันทซ์ วรรณถนอม. หลักการมัคคุเทศก์ กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, 2546.

ด๊บบลิวปีพีไทยแดนซ์ . ความหมายทัศนศิลป์ . [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา : <http://sites.google.com/site/wbpthaidances> [4 มิถุนายน 2554]

ทวี เกรวัญ. ความคิดเห็นของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520.

ทัศนวิจารณ์ วิบุษยมาพันธ์. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้มาเยือน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ไทยนิวส์. รักษาความนำเที่ยว. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: <http://www.thainews70.com/news/news-boonyarit/view.php?topic=1585> [8 สิงหาคม 2554]

ธงชัย สันติวงษ์. การจัดการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2525.

ธรรมะไทย. วัดร่องขุนจังหวัดเชียงราย . [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.dhammadharmathai.org/watthai/north/watrongkhun.php> [4 กุมภาพันธ์ 2555]

ธารินทร์ นิมมานเหมินท์. หอศิลปะแห่ง ร.9 ในไซเบอร์สเปซ . [ออนไลน์]. 2539. แหล่งที่มา: <http://www.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=1305> [4 มีนาคม 2554]

นิลวัจน์ อังสุชนมาลี. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร , 2551.

นิตา ชัชกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2521.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, 2535.

บุญชม ศรีสะอาด. สถิติวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, 2547.

บุญธรรม คำพอ. การศึกษาความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับและไม่ยอมรับวิทยาการแผนใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีมูลนิธิบูรณะชนบทหมู่ที่ 10 ตำบลโพธิ์งาม อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต , ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2520.

บุญเรียง ขจรศิลป์. สถิติวิจัย 1. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: พี . เอ็น . การพิมพ์, 2539

ประคอง วรรณสูตร. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์คำณ สุทธา การพิมพ์, 2542.

ประชา พรหมนอก. ผลกระทบบางประการต่อชุมชนจากโครงการพัฒนาองค์การบริหารตำราวจุธร 6:ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต , ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2529.

ปริญธรอแผลวิทยาลัย. คุณค่าและความหมายของศิลปะ.[ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: http://www.prc.ac.th/newart/webart/art_meaning.html [21 มีนาคม 2554]

ปรีชา แดงโรจน์. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร :ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินติ้ง, 2544.

ปัญญาไทย. ความหมายของพิพิธภัณฑ์.[ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: <http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php>. [4 มิถุนายน 2554]

พรรณราย ทรัพย์ะประภา. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์, 2529.

พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง. คู่มือภัณฑกรศิลป : กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหอศิลปะ ถนนเจ้าฟ้า กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ . ประวัติความเป็นมา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
 ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา : http://www.thailandmuseum.com/silpa_bhiraasri/history.htm [4 มิถุนายน 2554]
- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์[ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา :
<http://www.national-gallery.go.th/thai/about.html>[19 มีนาคม 2554]
- เพชรรัตน์ ภูพันธ์. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับการ
 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต , สาขา
 วิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร [ออนไลน์].แหล่งที่มา: http://www.artcentre.su.ac.th/th/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid [19 มกราคม 2554]
- มะลิฉัตร เอื้ออนันท์. ศิลปศึกษาแนวปฏิรูปฯ : ความเป็นมา ปรัชญาหลักการ วิวัฒนาการด้าน
 หลักสูตรทฤษฎีการเรียนการสอน และการค้นคว้าวิจัย . ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ
 คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพมหานคร, 2545.
- เมตตา เสวตเลข. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์
 ดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539.
- ยิปอินซอย . หอศิลป์จามจุรี .[ออนไลน์]. 2546. แหล่งที่มา : http://www.yipintsoi.com/~aara/artspace_jamjuree.html [4 มิถุนายน 2554]
- ยิปอินซอย. หอศิลป์วชิราวุธวิทยาลัย .[ออนไลน์]. 2546. แหล่งที่มา: http://www.yipintsoi.com/~aara/artspace_vajira.html [4 มิถุนายน 2554]
- ยิปอินซอย . หอศิลป์ สวนดุสิต .[ออนไลน์]. 2546. แหล่งที่มา : http://www.yipintsoi.com/~aara/artspace_dusit.html [4 มิถุนายน 2554]

รัชต์ เกิดร่วม. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสนามกอล์ฟค่ายพระราชต์ อำเภอปราณบุรี จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนดุสิต, 2548.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :
ชมรมรักเด็ก, 2543.

ลีลา สีนานุเคราะห์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : หน่วยงานพิเศษ กรมการฝึกหัด
ครู, 2530.

โลจนา มะโนทัย. ความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาต่อบทบาทการส่งเสริมการศึกษาทัศนศิลป์
ของหอศิลป์ในมหาวิทยาลัย สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

วิกิพีเดีย. วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ [ออนไลน์]. 2553.
แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/> [4 มิถุนายน 2554]

วิกิพีเดีย. หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร [ออนไลน์]. 25 46 . แหล่งที่มา :
<http://th.wikipedia.org/wiki/> [20 มีนาคม 2554]

วิเชียร เกตุสิงห์. หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนา
พานิช, 2530.

วิทยาลัยช่างศิลป์. แหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา : [http://sites.google.com
/site/495358rsu/examination01](http://sites.google.com/site/495358rsu/examination01) [20 มีนาคม 2554]

วิบูลย์ สีสวรรณ. พิพิธภัณฑสถานศิลปะ: แหล่งการศึกษานอกระบบที่ไม่ควรมองข้าม [ออนไลน์]. 2539.
แหล่งที่มา: <http://sites.google.com/site/495358rsu/examination01> [10 มีนาคม 2554]

วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบ
และวางแผน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

ศิริชัย กาญจนวาสี. **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: เทคนิค19, 2540.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา, 2541.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา, 2539.

สมคิด บางโม. **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒนา, 2545.

สมบัติ กาญจนกิจ. **นันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมือง**. กรุงเทพมหานคร: ทำมาดี, 2541.

สมบัติ กาญจนกิจ. **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: ทำมาดี, 2544.

สรกิจ ไสภิตกุล. **การศึกษาโครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปะแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2543** . วิทยานิพนธ์
ปริญญา มหาบัณฑิต , ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2537.

สุจิตรา ริมดุสิต. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการอาหารแบบ
ขันโตก**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

สุชาดา สถาวร. **ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษทาง
ศิลปะ**. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาศิลปศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2536.

เสวี วงษ์มณฑา. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.

อังคณา วสุรวงศ์. **ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบ
โรงเรียนของพิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่ในภาคเหนือ** . วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชา
การศึกษานอกโรงเรียน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

อาทิตยา จันทะวงษ์. บทบาทของหอศิลป์แห่งชาติในการเผยแพร่ศิลปะร่วมสมัยในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

ภาษาอังกฤษ

- Bammel, G. **Leisure and Human Behavior**. 2nd Edition. Dubuqua, Iowa: Wm.C. Brown, 1992.
- Benjamin, B. W. **Dictionary of Behavioral Science**. London: Macmillan Press, 1975.
- Celeste, L. S. **Art Museum Educators and Working Artists**. Master's Thesis Project, Museum Studies, John F. Kennedy University, 2008.
- Deacon, J. **Rock Art Conversation and Tourism**. Journal of Archeological Method and Theory, Vol. 13, No. 4, 2006.
- Drever, J. **A Dictionary of Psychology**. London: Penguin Book, 1975.
- Haaland, P.D. 1989. **Experimental Design in Biotechnology**. New York City: Marcel Dekker Inc.
- Henry, C. **Combining Poetry and Visual Art in a Museum Setting: An Interdisciplinary Program for Sixth Graders**. Middle School Art: Issue of Curriculum and Instruction. The National Art Education Association. Virginia, 1996: 75-86
- Hooper-Greenhill, E. **Museum and Gallery Education**. London: Leicester University Press, 1991.
- Kanatani, K. **Contemporary Art Start**. Journal of Art Education, 1998.
- Kotler, P. **Marketing Management, Millenium Edition**. University of Phoenix, 2000.
- Kruse, M. **Museum, Gallery Art Sites, Virtual Curretting and The World Wide Web (Interactive Technologies)**. Dissertation Abstract International, 1998.
- Maslow, A. H. **Motivation and Personality**. 2nd Edition, New York: Harper and Row, 1970.
- Mathews, G. **Museums and art galleries**. Great Britain: Courier International Press, 1991.

McGraw, M. S. **The Campus Art Museum and Gallery: Uniting Patronage and Scholarship.**

Dissertation Abstract International, 1996.

McIntosh, **Tourism Principle, Practices Philosophies.** 5th Edition. New York: John Wiley & Son, 1986.

Mill, R. **The International Business.** New Jersey: Prentice Technological and Scientific Research Institute, 1990.

Morrisson, A. **Tourism: Bridges Across Continents.** Sydney: McGraw-Hill, 1989.

Perreault, W.D., Dorden, D.K., and Dordon, W.R. **A Psychological Classification of Vacation Life-styles.** Journal of Leisure Research, 1979.

Scherman, J. R. Jr. **Management.** 6th Edition. New York: John Wiley & Son, 1999.

Shelly, M.W. **Responding to Social Change.** Pennsylvania: Dowden, Hutchison 1975.

Shoemaker, M. K. **Art is a Wonderful Place to Be: ESL Students As a Museum Learners.** Art Education, March, 1998.

Smithsonian Institution. 2010. **About the Smithsonian[Online],** Available from: <http://www.edu/about/>[29 March 2011]

Yamane, T. **An Introductory Analysis.** Tokyo: Harper International Edition, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

- 1.คุณลักษณะ คุณวิชานนท์ ผู้อำนวยการหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
- 2.รศ. ถนอม ชากักดี หัวหน้าภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- 3.อาจารย์ ดร.อัญจมา นิลนพคุณ อดีตอาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 4.อาจารย์สังัด ปุຍ้ออก ศิลปินอาวุโส ผู้จัดการนิทรรศการจิตรกรรม หอศิลป์จามจุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 5.อาจารย์ชนดล ศิริจิเจริญ อาจารย์สาขาศิลปกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาคผนวก ข



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ *01768*

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม.

4 ตุลาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (คุณลักขณา คุณาวิชยานนท์)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายฐิติพันธ์ เตชะไกรชนะ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการ จัดการ
นันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่าง
วิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวใน
กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้
คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทาน.....



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๑๕๕๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม.

20 ตุลาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าดำเนินการเก็บข้อมูลในการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ/หัวหน้าหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์

2. แบบสอบถาม

ด้วย นายจิตินันท์ เตชไกรชนะ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการ
ท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนว
ทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ” ซึ่งเป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การ
ควบคุมของ ศาสตราจารย์ดร. สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้ วิทยานิพนธ์ มีความถูกต้อง และความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี
คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตใคร่ขอความอนุเคราะห์ ผู้อำนวยการหอศิลป์ ให้
นายจิตินันท์ เตชไกรชนะ เข้าดำเนินการเก็บข้อมูลในการวิจัยในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม
พ.ศ.๒๕๕๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ ในการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และ
ขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิ่งสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๙-๑๐๑๖

โทรสาร ๐-๒๒๑๙-๑๐๑๖

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทาน.....

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ 1) น้อยกว่า 20 ปี 2) 21– 40 ปี
3) 41– 60 ปี 4) 60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) บุคคลทั่วไป
3) สื่อมวลชน 4) ศิลปิน หรือผู้นิยมนงานศิลป์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีโอกาสเข้าเยี่ยมชมหอศิลป์

- 1) ไม่เคย 2) 1-2 ครั้งต่อปี
3) 3-5 ครั้งต่อปี 5) มากกว่า ครั้งที่ 5 ต่อปี

2. วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวหอศิลป์ครั้งนี้คืออะไร

- 1) เพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว 2) เพื่อการศึกษา
3) เพื่อธุรกิจ/ประชุม 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ลักษณะการเดินทางในครั้งนี้คืออะไร

- 1) เดินทางมาคนเดียว
2) เดินทางมากับเพื่อน /ครอบครัว
3) เดินทางมากับสถาบันการศึกษา/หน่วยงาน
4) อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวหอศิลป์มาจากที่ใด

- 1) หนังสือพิมพ์ 2) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ
3) นิตยสารการท่องเที่ยว 4) อินเทอร์เน็ต
5) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 6) แหล่งข้อมูลอื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. กิจกรรมที่ท่านทำในแหล่งท่องเที่ยวหอศิลป์นี้คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ชมผลงานศิลปวัฒนธรรม 2) เข้าร่วมหอศิลป์ พิพิธภัณฑ์
3) พักผ่อนหย่อนใจ 4) ช้อปปิ้ง / เลือกซื้อชิ้นงานศิลปะ
5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. หากท่านมีโอกาส ท่านจะกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหอศิลป์นี้อีกหรือไม่

- 1) จะกลับมาแน่นอน 2) ไม่แน่ใจ
3) จะไม่มาอีก เพราะ.....

7. เมื่อสรุปในภาพรวมแล้ว ท่านมีความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์มากน้อยอยู่ในระดับใด

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ในข้อความที่ตรงกับระดับคิดเห็นของท่าน

5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร					
1. เจ้าหน้าที่ในส่วนที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ					
2. เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้ข้อมูลด้านศิลปะและหอศิลป์					
3. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5. เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและแต่งกายที่เหมาะสม					

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ ด้านการจัดบริการการศึกษาและกิจกรรม

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการจัดบริการการศึกษาและกิจกรรม					
1. จัดแสดงนิทรรศการพิเศษของศิลปินที่มีชื่อเสียงจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ					
2. จัดบรรยายและสาธิตงานทัศนศิลป์ของศิลปินที่มีชื่อเสียงภายในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ					
3. จัดอภิปรายความรู้ทางทัศนศิลป์โดยมีหัวข้อที่สอดคล้องกับงานนิทรรศการที่จัด					
4. จัดอภิปรายความรู้ทางทัศนศิลป์ในหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้นิชมศิลป์ ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินนักเรียนและประชาชนที่เข้ามาท่องเที่ยวหอศิลป์					
5. จัดทำโครงการแสดงนิทรรศการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนระหว่างหอศิลป์ด้วยกัน					

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์ ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์					
1. การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์หอศิลป์มีความทั่วถึงและน่าสนใจ					
2. จัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ เช่นจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลงานศิลปะที่จัดแสดงภายในหอศิลป์					
3. จัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์หรือสื่อประเภทอื่นเช่น สไลด์ วีดิทัศน์ซึ่งเป็นการรวบรวมผลงานศิลปะข้อมูลศิลปะผลงานวิจัยเพื่อเผยแพร่สู่สถาบันการศึกษา โรงเรียน และห้องสมุดสาธารณชน					
4. จัดทำวารสารทางวิชาการด้านทัศนศิลป์เพื่อเป็นสนามสำหรับศิลปิน อาจารย์ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญนิยมศิลป์ได้แสดงความรู้ความคิดเห็นเพื่อก่อให้เกิดกระแสในวงการศิลปะของประเทศ					
5. การจัดทำสูจิบัตรนิทรรศการเพื่อแนะนำในการเข้าชมศิลปะมีข้อมูลความชัดเจนและสามารถเข้าใจได้					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่ท่านเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง และพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์

- 1).....
.....
.....
- 2).....
.....
.....
- 3).....
.....
.....

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง
นายฐิตินันท์ เตชไกรชนะ
นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
แขนงวิชา การจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

เรียน ท่านผู้อำนวยการหอศิลป์ ท่านผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะ

ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง และพัฒนาหอศิลป์เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะของหอศิลป์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

- 1).....
.....
- 2).....
.....
.....
- 3).....
.....
.....
- 4).....
.....
.....

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

นายฐิตินันท์ เตชะไกรชนะ

นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา

แขนงวิชา การจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายฐิตินันท์ เตชะไกรชนะ เกิดวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2529 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2 ในปีการศึกษา 2548 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตจากคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในปีการศึกษา 2552 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2553