



รายงานการวิจัย

เรื่อง

ทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษาชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

**Tendency Development of Eco-Tourism Site Related to the Philosophy of
Sufficiency Economy in case study at Bantoungaen Community Nakorn Si Thammarat
Province**

ชื่อผู้วิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรุต ราชบุรี
2. อาจารย์ทัศนัย ปราณี่

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2554

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554



รายงานการวิจัย

เรื่อง

ทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษาชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

**Tendency Development of Eco-Tourism Site Related to the Philosophy of
Sufficiency Economy in case study at Bantoungaen Community Nakorn Si Thammarat
Province**

ชื่อผู้วิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรุต ราชบุรี
2. อาจารย์ทัศนัย ปราณี่

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2554

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2554

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

เรื่อง ทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
ชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

**Tendency Development of Eco-Tourism Site Related to the Philosophy of Sufficiency Economy in
case study at Bantoungaen Community Nakorn Si Thammarat Province**

ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยจาก งบประมาณแผ่นดิน

ประจำปี 2553 จำนวนเงิน 600,000 บาท

ระยะเวลาการทำวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม ปี 2553 ถึง 30 กันยายน ปี 2554

หน่วยงานและผู้ดำเนินการวิจัย ภาควิชาศิลปศาสตร์ประยุกต์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

หมายเลขโทรศัพท์ 02-3298445 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

ชุมชนบ้านท้องเนียน เป็นชุมชนชาวประมงในอำเภอนอม ซึ่งเป็นอำเภอที่มีชายหาดที่สวยงามและชายหาดที่ยาวที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช ชายหาดที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบันคือหาดในเพลา ลักษณะหาดเป็นแนวยาวโค้ง มีภูเขาล้อมรอบ หาดนี้จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเที่ยวรวมถึงมาซื้อบ้าน (เช่าระยะยาว) มากที่สุด ถึงจะมีการพัฒนาไปมากแต่ก็ถือว่าเงียบสงบกว่าที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เกาะสมุย หาดที่เงียบสงบอีกหลายหาดคือ หาดท้องหยี หาดคอเขา หาดบ้านเปร็ด นอกจากนี้ยังมีวัดเก่าแก่คือวัดกระดังงาให้เยี่ยมชมน้ำตก ไหม้ไกลจากวัดกระดังงาก็มีน้ำตกเสม็ดชุน เขาพระเป็นจุดชมวิวมองเห็นอำเภอและทะเลห่างจากหาด 4 กิโลเมตร เป็นที่ส่วนตัวแต่สามารถขอเจ้าของที่ขึ้นไปชมได้และอีกที่หนึ่งเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวที่อำเภอนอมก็คือ การที่ได้ดูปลาโลมาสีชมพูที่มาหาอาหารให้ได้เห็นกันในหลายพื้นที่ของอำเภอนอม ซึ่งจากจุดเด่นดังกล่าวสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืนได้

Abstract

Ban Thong-nien is a fisherman community in Kha-nom District which is located on a long beautiful coast in Nakornsri Thammarat Province. The beaches are very long and curvy surrounded by mountains especially the Phe-la Beach where is appreciated by many foreign tourists. Some tourists not only visit the area but also get a long-term rental. This area has been considered as a well developed tourist attraction. However, it is more peaceful than other tourist attractions such as Koh Samui. Other peaceful beaches are, for example, Thong-ye Beach, Khokhao Beach and BanPret Beach. Moreover, there are other tourist attractions like Wat Kra-dang-nga old temple, Sametchun Waterfall and Khaophra view point which allows the tourists to appreciate the district

town and the four-kilometer distant sea. Another tourist activity that attracts many tourists is pink dolphin watching. As the effective tourist attractions mentioned, eco-tourism which corresponds with Sufficiency Economic can be developed in the area for sustainability of the tourism growth.

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
สารบัญ	III
สารบัญตาราง	VI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดหลักการการทอที่ยาวอย่างยั่งยืน.....	5
2.1.1 การทอที่ยาวเชิงอนุรักษ์	6
2.1.2 ลักษณะการทอที่ยาวเชิงนิเวศ.....	10
2.1.3 วัตถุประสงค์การทอที่ยาวเชิงนิเวศ.....	11
2.1.4 กิจกรรมการทอที่ยาวเชิงนิเวศ.....	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทอที่ยาวเชิงนิเวศ.....	13
2.2.1 การทอที่ยาวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	13
2.2.2 การทอที่ยาวเชิงนิเวศกับการมีส่วนร่วมของชุมชน.....	15
2.2.3 แนวโน้มการทอที่ยาวเชิงนิเวศ.....	16
2.2.4 เศรษฐกิจพอเพียง.....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล.....	24
3.2 ประเภทและกลุ่มตัวอย่าง.....	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
3.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย.....	26
3.7 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ.....	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4.1 ข้อมูลทั่วไป.....	29
4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	43
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	109

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์.....29
4.2	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทาง.....31
4.3	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว.....31
4.4	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง.....32
4.5	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง.....32
4.6	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว.....32
4.7	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเดินทางมายังชุมชนบ้านท้องเนียน.....33
4.8	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง.....33
4.9	แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร (จำนวนตัวอย่าง 400 คน).....34
4.10	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท้องเนียน.....34
4.11	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท้องเนียน.....35
4.12	แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชน.....36
4.13	แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน) เป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด).....38
4.14	แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการของชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน).....41
4.15	แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความพึงพอใจในปัจจุบันกับการจัดการตลาดท่องเที่ยว ต่อชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน) เป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด).....42
4.16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย.....46
4.17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย.....47
4.18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม.....48
4.19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อผู้มัชขายของที่ระลึก.....49
4.20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อศาลา/ซุ้มพักผ่อน.....50
4.21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแผนที่และข้อมูลรายละเอียด 51
4.22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อบริการมัคคุเทศก์.....	53
4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น.....	54
4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง.....	55
4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า.....	57
4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด.....	58
4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด.....	59
4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด.....	60
4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนู.....	61
4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพ.....	62
4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ.....	63
4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ.....	64
4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย.....	65
4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี.....	66
4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการติดป้ายที่สังเกตเห็นได้ง่าย.....	67
4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการแบ่งพื้นที่และช่วงอันตราย.....	68
4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ.....	69
4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการมีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้การได้.....	70
4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม.....	71
4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อซุ้มขายของที่ระลึก.....	73
4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง.....	74
4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า.....	75
4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด.....	76
4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด.....	77
4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด.....	78
4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนู.....	79
4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพ.....	80
4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ.....	81
4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.51	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย.....83
4.52	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงาน ประเพณี.....84
4.53	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม.....85
4.54	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล รายละเอียด.....87
4.55	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....88
4.56	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อความสวยงามของทัศนียภาพ.....90
4.57	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้ท้องถิ่น.....91
4.58	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว.....93
4.59	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชน บ้านท่องเที่ยว.....94
4.60	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของ ชุมชน บ้านท่องเที่ยว.....95
4.61	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว.....96
4.62	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและ เครื่องดื่ม.....98
4.63	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม.....99
4.64	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวใน ประเทศไทย.....100
4.65	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น.....101
4.66	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น.....102
4.67	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์.....104

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นพื้นที่ชานเมืองกิ่งชนบทชายฝั่งตะวันออกของอ่าวไทยที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน มีศาสนสถานและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าแก่การธำรงรักษาและอนุรักษ์ไว้ให้อนุชนคนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้และสืบทอดวัฒนธรรมสู่คนรุ่นต่อไป

ชุมชนบ้านท้องเนียน เป็นชุมชนชาวประมงในอำเภอนอม ซึ่งเป็นอำเภอที่มีชายหาดที่สวยงามและชายหาดยาวที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช ชายหาดที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบันคือหาดในเพลา ลักษณะหาดเป็นแนวยาวโค้ง มีภูเขาล้อมรอบ หาดนี้จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทสมาเที่ยวรวมถึงมาซื้อบ้าน(เช่าระยะยาว) มากที่สุด ถึงจะมีการพัฒนาไปมากแต่ก็ถือว่าเงียบสงบกว่าที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เกาะสมุย หาดที่เงียบสงบอีกหลายหาด คือ หาดท้องหี หาดคอเขา หาดบ้านเปรี๊ต นอกจากนี้ยังมีวัดเก่าแก่ คือ วัดกระดั่งงาให้เยี่ยมชมน้ำตก ไหม้ไกลจากวัดกระดั่งงาก็มีน้ำตกเสม็ดชุน เขาพระเป็นจุดชมวิวมองเห็นอำเภอและทะเลห่างจากหาด 4 กิโลเมตร เป็นที่ส่วนตัวแต่สามารถขอเจ้าของที่ขึ้นไปชมได้และอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอำเภอนอมก็คือ การที่ได้ดูปลาโลมาสีชมพูที่มาหาอาหารให้ได้เห็นกัน ในหลายพื้นที่ของอำเภอนอม โดยท้องที่อำเภอนอมประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ได้แก่

- เทศบาลตำบลนอม ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลนอม
- เทศบาลตำบลท้องเนียน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท้องเนียนทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลนอม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลนอม(นอกเขตเทศบาลตำบลนอม)
- องค์การบริหารส่วนตำบลควนทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลควนทองทั้งตำบล

ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดในการศึกษาค้นทิศทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั่นเอง ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะพยายามหาแนวทางผลักดันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่ง

เชื่อว่าเป็นแนวคิดที่จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนได้ แต่ก็ยังคงมีความเชื่อมโยงของทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ขาดการติดตามและเอาใจใส่ หรือประเมินผลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม และยังขาดการสนับสนุนเพื่อวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างจริงจังตลอดทั้งยังไม่มีการศึกษาที่ชัดเจนว่า ชีวความสามารถในประเทศในการรับรองนักท่องเที่ยวได้จำนวนเท่าใด ทั้งนี้ผลงานวิจัยจำนวนมากที่บ่งชี้ว่าปัจจุบันกำลังเผชิญกับปัญหาด้านการท่องเที่ยวขึ้นในหลายๆด้านที่แตกต่างกันไป แต่รัฐกลับไม่แสดงท่าทีหรือบทบาทตลอดทั้งนโยบายที่ชัดเจน ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ไม่สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนได้ และยังส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเสื่อมโทรมก่อนเวลาอันควร และยากที่จะแก้ไขให้กลับมาสวยงามเช่นเดิม

เมื่อพิจารณาแนวคิดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นความยั่งยืนเป็นหลัก ซึ่งเชื่อว่าทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกต้องและประสบผลสำเร็จ จะสามารถเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่นำมาซึ่งความยั่งยืนของประเทศได้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีงานวิจัยจำนวนมากที่ทำการศึกษาปัญหาจากการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่เป็นการศึกษาเพียงส่วนย่อย กระจายในแต่ละพื้นที่และไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร โดยยังมีได้ศึกษาในลักษณะที่เป็นบูรณาการที่สามารถเชื่อมโยงปัญหาจากนโยบายหลัก ไปสู่การปฏิบัติที่มากนัก คณะผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน จะทำให้ทราบถึงปัญหา ปัจจัย และเงื่อนไข ตลอดจนทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อันจะนำมาซึ่งแนวทางการกำหนดนโยบายและมาตรการเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่กำหนดจุดประสงค์เพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความผาสุกอย่างยั่งยืนตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรค ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน
2. เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพ และจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะเน้นในเรื่องการกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม คุณค่าความสำคัญ การตอบรับของประชาชน การศึกษา การรักษาสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน
3. เพื่อนำเสนอทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ศักยภาพของชุมชนบ้านท้องเนียน สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงได้

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในชุมชน และนักท่องเที่ยว

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงเจตคติของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษาชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีต่อแนวคิดเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับเจตคติของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีต่อแนวความคิดเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน

3. สามารถนำเอาผลวิจัยในครั้งนี้ไปวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนให้เหมาะสมได้

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (นายไพฑูรย์ พงสะบุตร 2550: 45) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง ๒ ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืนคือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นศัพท์บัญญัติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำมาใช้อย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2541 โดยให้มีความหมายตรงกับคำว่า Ecotourism ในภาษาอังกฤษ ศัพท์บัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบัญญัติศัพท์แล้ว Ecotourism เป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำคำ 2 คำมารวมกัน ได้แก่ eco และ tourism คำว่า eco แปลตามรูปศัพท์ว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัย ส่วน tourism แปลว่า การท่องเที่ยว ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์

ส่วนคำว่า นิเวศ ซึ่งเป็นคำภาษาสันสกฤตที่นำมาใช้ในภาษาไทย ก็แปลว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัยเช่นกัน (ดูพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน) ฉะนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นศัพท์บัญญัติที่มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษอย่างเหมาะสม นอกจากคำว่า ecotourism แล้ว ยังมีคำอื่นๆที่มีความหมายใกล้เคียงหรือเกี่ยวข้อง กันอีกหลายคำ ได้แก่ green tourism แปลว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หมายความว่า การท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติ โดยสีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ biotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงชีวภาพ ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ และ agrotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิง

เกษตร เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านเกษตรกรรม เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของพืชผลไร่นา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร เพื่อขยายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จะขอกล่าวถึงคำนิยามที่นักวิชาการได้ให้ไว้ในที่ต่างๆ ดังนี้

1. องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme - UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้คำนิยามว่า "การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากร ในท้องถิ่น" (สุมาลี เทพสุวรรณ, 2544 : หน้า 39)

2. ดร. ราลฟี บักลีย์ (Dr. Ralph Buckley) ศาสตราจารย์ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยกรีฟฟิท ประเทศออสเตรเลีย ให้คำนิยามสั้นๆว่า "การท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผลทางธรรมชาติ การจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทาง การศึกษา ซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์" (Buckley, Ralph 1995 : p. 3)

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้คำนิยามว่า "การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ" (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539 : หน้า 10)

2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (conservation tourism)

มีหลักการที่สำคัญคือ

1. จะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ไม่ถูกทำลายไป

2. กระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้พยายามดูแลสุขภาพและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตน

3. ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเดินทางเข้าไปเยือน และให้ความร่วมมือแก่ชุมชนในท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเป็นมรดกตกทอดของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้คงสภาพที่ดีต่อไป นานๆ

เมื่อพ.ศ. 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ว่าจ้างสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ให้ทำการศึกษาโครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถาบันดังกล่าวได้ทำรายงานชิ้นสุดท้ายเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อ พ.ศ. 2540 ในรายงานได้มีการเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำไปพิจารณาดำเนินการต่อไป

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เสนอไว้ในรายงานมีดังนี้

1. ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพ เดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบ หรือฟื้นตัวได้ยาก

2. ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม

3. ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความ เจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว

4. ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วม ในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

5. ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

6. นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆอย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

7. สนับสนุนการศึกษาวิจัย และประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

8. มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

9. จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างถูกต้อง

10. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุกระดับ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539 อ้างใน สฤกษ์, 2548)

ข้อพิจารณาต่อมาคือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้นเกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตัวเองและแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นคือ

1.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (nature - based tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำ หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็น

หัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็นเน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติรวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผลร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่นๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม

จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังนี้ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ และมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีการควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติแวดล้อมพร้อมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เพิ่มเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต”

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้บ้างในระดับหนึ่ง ก็ยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คอยอิน

ทนนท์ นำหนาว เขาสก แก่งกระจาน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม หากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนย่า และประเทศในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากล ซึ่งว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

2.1.2 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.1.3 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศหาก ปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมััคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติตลอดจนแหล่ง

ท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำท่าย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมและทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

2.1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่องดูนก กิจกรรมศึกษา เทียวดำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทต้นเต้าน

ผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่งในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวความคิดที่มีสาเหตุมาจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศน์ตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่ราษฎรในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศน์ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆทั่วโลก

จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี 2535 กำหนดกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และความต้องการพัฒนาคนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึงนำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540 อ้างในมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

ดังนั้น โดยนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้นๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และ วัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็น

เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่ง หรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.2.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

มีการศึกษาวิจัยโดยชุมชนเป็นฐานในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงขาดการศึกษาประเมินความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตามได้มีสิ่งบ่งชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1.ความต้องการของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับชุมชนใดก็ตามจะต้องเกิดจากความสนใจและ ความต้องการ ของสมาชิกชุมชนเองเป็นหลัก มิใช่หน่วยงานของทางราชการหรือองค์กรภาคเอกชน หรือใครก็ตามไปยัดเยียดให้โดยที่ ชุมชนไม่เต็มใจ ที่รับโครงการไว้และมีส่วนร่วม อาจเพราะความเกรงใจเกรงบารมีหรืออำนาจตามวิสัยธรรมชาติของชุมชนในชนบท

2.ความรู้และความตระหนักของชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนหรือไม่ ความรู้และความตระหนักนี้ รวมไปถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนและศักยภาพ ผลกระทบที่ อาจเกิดขึ้นต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ต้นทุนทางสังคม) และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ต้นทุนทางธรรมชาติแวดล้อม) หาก ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้อื่นๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาและการบริหารจัดการ

3.การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ชุมชนท้องถิ่นในชนบทส่วนใหญ่มักอยู่ในภาวะด้อยโอกาสในหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องความรู้และทักษะในการพัฒนาและการจัดการ ยิ่งเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นงานบริการที่ต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ เพราะมีการ แข่งขันทางการตลาดแล้ว เป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นไม่คุ้นเคย ก็เป็นสาเหตุทำให้เกิดความท้อแท้และไม่สามารถดำเนินการต่างๆ ตามความ ตั้งใจได้ตรงจุดนี้หน่วยงานภาครัฐราชการ หรือภาคเอกชนรวมทั้ง NGOs หรือผู้รู้ต่างๆ จะต้องเข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ สร้างความ เข้มแข็งให้แก่ชุมชนดังกล่าวในข้อ 2 อย่างจริงจังและต่อเนื่อง พร้อมสร้างภูมิคุ้มกันด้านทุนต่ออิทธิพลต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่มีผล มาจากการท่องเที่ยวด้วย

4. การตัดสินใจและการแบ่งปันประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาให้รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการคิด การ ปฏิบัติการแก้ไขปัญหาและการติดตามประเมินผลแบบครบวงจร ไม่ใช่ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด และที่สำคัญจะต้อง มีกลไกและระบบการแบ่งปันรายได้หรือประโยชน์อื่นๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นธรรมและ ความโปร่งใสโดยเฉพาะประเด็น หลังนี้ มักจะพบว่าเป็นสาเหตุของความไม่ยั่งยืนในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ก่อนข้างสูงทีเดียว

2.2.3 แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การตอบรับหรือخانรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีก่อนข้างสูงมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน และขณะนี้การตอบรับดังกล่าวก็ยังคงมีแนวโน้มคืบหน้าไปเรื่อยๆ ในกลุ่มของผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ผู้ดูแลอุทยานแห่งชาติได้วางกรอบนโยบายการท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติต่างๆ ทั้งบกและทะเล เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางขึ้นกว่าแต่ก่อน พร้อมดำเนินการให้เกิดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยผ่านกระบวนการสื่อความหมายธรรมชาติเป็นต้น

ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศ ขยายการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนเพื่อศึกษาเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของตน พร้อมหาความเพลิดเพลินกับแหล่งธรรมชาติบริเวณข้างเคียง บางแห่งมีการจัดที่พักแบบ Home Stay เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจในการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้

องค์การบริหารส่วนตำบล(อบต.)หลายแห่งเริ่มหันมาให้เจ้าหน้าที่ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แม้ส่วนใหญ่จะยังมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน ตามแนวคิดและหลักการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างจำกัด

ส่วนราชการซึ่งมีที่ดินและทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างเช่น กระทรวงกลาโหม(ที่ดินทหารในจังหวัดต่างๆ)กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมสหกรณ์) เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณลงไปพัฒนาที่ดินในความรับผิดชอบ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้างแล้วแต่ความเหมาะสม

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคและ NGOs ด้านการอนุรักษ์หลายราย มีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศและการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น พร้อมจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีใบอนุญาตประกอบอาชีพเป็นผู้นำ สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการเปิดหลักสูตร สอนเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบางสถาบันมีวิชาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง และมีโครงการศึกษาวิจัย และ/หรือบริการทางวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามโอกาสจะอำนวย นอกจากนี้หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณการวิจัยภายในและภายนอกประเทศ อย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ก็ให้มีการสนับสนุนนักวิจัยทุกระดับ ดำเนินการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) มีบทบาทในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาตั้งแต่ต้น ตั้งแต่เป็นผู้นำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่ประเทศ สนับสนุนให้มีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกภูมิภาค กำหนดกรอบนโยบายและแบบปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศ ไปจนถึงสื่อกลางในการประสานการประชุมระดับชาติ และระดับท้องถิ่นมากมาย ต่างกรรมต่างวาระกัน รวมทั้งจัดให้มีเว็บไซต์ทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/cgi-bin/frame_main.asp

2.2.4 เศรษฐกิจพอเพียง

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุก ระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ ดำเนินไปใน ทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบ ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอก และภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำ วิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้อง เสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุก ระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิต ด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการ รองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเข้าพระราชหฤทัยในความเป็นไปของเมืองไทยและ คนไทยอย่างลึกซึ้งและกว้างไกล ได้ทรงวางรากฐานในการพัฒนาชนบท และช่วยเหลือ ประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้มีความ "พออยู่พอกิน" และมีความอิสระที่จะอยู่ได้โดยไม่ต้อง ติดยึดอยู่กับเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ทรงวิเคราะห์เห็นว่าหาก ประชาชนพึ่งตนเองได้แล้วก็จะมีส่วนช่วยเหลือเสริมสร้างประเทศชาติโดยส่วนรวมได้ในที่สุด พระราชดำรัสที่สะท้อนถึงพระวิสัยทัศน์ในการสร้างความเข้มแข็งในตนเองของประชาชนและ สามารถทำมาหากินให้พออยู่พอกินได้ ดังนี้

"...ในการสร้างถนน สร้างชลประทานให้ประชาชนใช้นั้น จะต้องช่วยประชาชนในทางบุคคล หรือพัฒนาให้บุคคลมีความรู้และอนามัยแข็งแรง ด้วยการให้การศึกษาและการรักษาอนามัย เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นที่สามารถทำการเกษตรได้ และค้าขายได้..."

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเกิดความถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงขึ้นนี้จึงทำให้เกิด ความเข้าใจได้ชัดเจนในแนวพระราชดำริของ "เศรษฐกิจพอเพียง" ซึ่งได้ทรงคิดและตระหนัก มาช้านาน เพราะหากเราไม่ไปพึ่งพา ยึดติดอยู่กับกระแสจากภายนอกมากเกินไป จนได้ครอบงำ

ความคิดในลักษณะดั้งเดิมแบบไทยๆ ไปหมด มีแต่ความทะเยอทะยานบนรากฐานที่ไม่มั่นคง เหมือนลักษณะฟองสบู่ วิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้อาจไม่เกิดขึ้น หรือไม่หนักหนาสาหัสจนเกิดความเดือดร้อนกันถ้วนทั่วเช่นนี้ ดังนั้น "เศรษฐกิจพอเพียง" จึงได้สื่อความหมาย ความสำคัญในฐานะเป็นหลักการสังคมที่พึงยึดถือ

ในทางปฏิบัติจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงคือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียงเป็นทั้งหลักการและกระบวนการทางสังคม ตั้งแต่ขั้นฟื้นฟูและขยายเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน เป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริโภคอย่างพออยู่พอกินขึ้นไปถึงขั้นแปรรูปอุตสาหกรรมครัวเรือน สร้างอาชีพและทักษะวิชาการที่หลากหลายเกิดตลาดซื้อขาย สะสมทุน ฯลฯ บนพื้นฐานเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนนี้ เศรษฐกิจของ 3 ชาติ จะพัฒนาขึ้นมาอย่างมั่นคงทั้งในด้านกำลังทุนและตลาดภายในประเทศ รวมทั้งเทคโนโลยีซึ่งจะค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ภายในชาติ และทั้งที่จะพึงคัดสรรเรียนรู้จากโลกภายนอก เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจที่พอเพียงกับตัวเอง ทำให้อยู่ได้ ไม่ต้องเดือดร้อน มีสิ่งจำเป็นที่ทำได้โดยตัวเองไม่ต้องแข่งขันกับใคร และมีเหลือเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ไม่มี อันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนในชุมชน และขยายไปจนสามารถที่จะเป็นสินค้าส่งออก เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจระบบเปิดที่เริ่มจากตนเองและความร่วมมือ วิธีการเช่นนี้จะดึงศักยภาพของ ประชากรออกมาสร้างความเข้มแข็งของครอบครัว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับ “จิตวิญญาณ” คือ “คุณค่า” มากกว่า “มูลค่า”

ในระบบเศรษฐกิจพอเพียงจะจัดลำดับความสำคัญของ “คุณค่า” มากกว่า “มูลค่า” มูลค่านั้นขาดจิตวิญญาณ เพราะเป็นเศรษฐกิจภาคการเงิน ที่เน้นที่จะตอบสนองต่อความต้องการที่ไม่จำกัดซึ่งไร้ขอบเขต ถ้าไม่สามารถควบคุมได้การใช้ทรัพยากรอย่างทำลายล้างจะรวดเร็วขึ้นและปัญหาจะตามมา เป็นการบริโภคที่ก่อให้เกิดความทุกข์หรือพาไปหาความทุกข์ และจะไม่มีโอกาสบรรลุวัตถุประสงค์ในการบริโภค ที่จะก่อให้เกิดความพอใจและความสุข (Maximization of Satisfaction) ผู้บริโภคต้องใช้หลักขาดทุนคือกำไร (Our loss is our gain) อย่างนี้จะควบคุมความต้องการที่ไม่จำกัดได้ และสามารถจะลดความต้องการลงมาได้ ก่อให้เกิดความพอใจและความสุขเท่ากับได้ตระหนักในเรื่อง “คุณค่า” จะช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ ไม่ต้องไปหาวิธีทำลายทรัพยากรเพื่อให้เกิดรายได้มาจัดสรรสิ่งที่เป็น “ความอยากที่ไม่มีที่สิ้นสุด” และจัดความสำคัญของ “เงิน” ในรูปรายได้ที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคลงได้ระดับหนึ่ง แล้วยังเป็นตัวแปรที่ไปลด

ภาวะของกลไกของตลาดและการพึ่งพิงกลไกของตลาด ซึ่งบุคคลโดยทั่วไปไม่สามารถจะควบคุมได้ รวมทั้งได้มีส่วนในการป้องกันการบริโภคเลียนแบบ (Demonstration Effects) จะไม่ทำให้เกิดการสูญเสียมูลค่า จะทำให้ไม่เกิดการบริโภคเกิน (Over Consumption) ซึ่งก่อให้เกิดสภาพเศรษฐกิจดี สังคมไม่มีปัญหา การพัฒนาที่ยั่งยืน การบริโภคที่ฉลาดดังกล่าวจะช่วยป้องกันการขาดแคลน แม้จะไม่ร่ำรวยรวดเร็ว แต่ในยามปกติก็จะทำให้ร่ำรวยมากขึ้น ในยามทุกข์ภัยก็ไม่ขาดแคลน และสามารถจะฟื้นตัวได้เร็วกว่า โดยไม่ต้องหวังความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากเกินไป เพราะฉะนั้นความพอมีพอกินจะสามารถอุ้มชูตัวได้ ทำให้เกิดความเข้มแข็ง และความพอเพียงนั้นไม่ได้หมายความว่า ทุกครอบครัวต้องผลิตอาหารของตัวเอง จะต้องทอผ้าใส่เอง แต่มีการแลกเปลี่ยนกันไ้ระหว่างหมู่บ้าน เมือง และแม้กระทั่งระหว่างประเทศ ที่สำคัญคือการบริโภคนั้นจะทำให้เกิดความรู้ที่จะอยู่ร่วมกับระบบ รักรธรรมชาติ ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง เพราะไม่ต้องทิ้งถิ่นไปหางานทำ เพื่อหารายได้มาเพื่อการบริโภคที่ไม่เพียงพอ ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรและยังมีพอสำหรับประชาชนไทยถ้ามีการจัดสรรที่ดี โดยยึด " คุณค่า " มากกว่า " มูลค่า " ยึดความสัมพันธ์ของ " บุคคล " กับ " ระบบ " และปรับความต้องการที่ไม่จำกัดลงมาให้ได้ตามหลักขาดทุนเพื่อกำไร และอาศัยความร่วมมือเพื่อให้เกิดครอบครัวที่เข้มแข็งอันเป็นรากฐานที่สำคัญของระบบสังคม การผลิตจะเสียค่าใช้จ่ายลดลงถ้ารู้จักนำเอาสิ่งที่มีอยู่ในขบวนการธรรมชาติมาปรุงแต่ง ตามแนวพระราชดำริในเรื่องต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วซึ่งสรุปเป็นคำพูดที่เหมาะสมตามที่ ฯพณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ที่ว่า "...ทรงปลูกแผ่นดินปลูกความสุข ปลูกความทุกข์ของราษฎร" ในการผลิตนั้นจะต้องทำด้วยความรอบคอบไม่เห็นแก่ได้ จะต้องคิดถึงปัจจัยที่มีและประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้อง มิฉะนั้นจะเกิดปัญหาอย่างเช่นบางคนมีโอกาสรักษาโครงการแต่ไม่ได้คำนึงว่าปัจจัยต่าง ๆ ไม่ครบ ปัจจัยหนึ่งคือขนาดของโรงงาน หรือเครื่องจักรที่สามารถที่จะปฏิบัติได้ แต่ข้อสำคัญที่สุด คือวัตถุดิบ ถ้าไม่สามารถที่จะให้ค่าตอบแทนวัตถุดิบแก่เกษตรกรที่เหมาะสม เกษตรกรก็จะไม่ผลิต ยิ่งถ้าใช้วัตถุดิบสำหรับใช้ในโรงงานนั้น เป็นวัตถุดิบที่จะต้องนำมาจากระยะไกล หรือนำเข้าก็จะยิ่งยาก เพราะว่าวัตถุดิบที่นำเข้านั้นราคายังแพง บางปีวัตถุดิบมีบริบูรณ์ ราคาอาจจะต่ำลงมา แต่เวลาจะขายสิ่งของที่ผลิตจากโรงงานก็ขายยากเหมือนกัน เพราะมีมากจึงทำให้ราคาตก หรือกรณีใช้เทคโนโลยีทางการเกษตร เกษตรกรรู้ว่าเทคโนโลยีทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และผลผลิตที่เพิ่มนั้นจะล้นตลาด ขายได้ในราคาที่ลดลง ทำให้ขาดทุน ต้องเป็นหนี้สิน

การผลิตตามทฤษฎีใหม่สามารถเป็นต้นแบบการคิดในการผลิตที่ดีได้ดังนี้

1. การผลิตนั้นมุ่งใช้เป็นอาหารประจำวันของครอบครัว เพื่อให้มีพอเพียงในการบริโภคตลอดปี เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันและเพื่อจำหน่าย
2. การผลิตต้องอาศัยปัจจัยในการผลิต ซึ่งจะต้องเตรียมให้พร้อม เช่น การเกษตรต้องมีน้ำ การจัดให้มีและดูแลแหล่งน้ำจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งการผลิตและประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ
3. ปัจจัยประกอบอื่น ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกการผลิตดำเนินไปด้วยดี และเกิดประโยชน์เชื่อมโยง (Linkage) ที่จะไปเสริมให้เกิดความยั่งยืนในการผลิต จะต้องร่วมมือกันทุกฝ่ายทั้งเกษตรกร ธุรกิจ ภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับเศรษฐกิจการค้าและให้ดำเนินกิจการควบคู่ไปด้วยกันได้

การผลิตจะต้องตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “บุคคล” กับ “ระบบ” การผลิตนั้นต้องยึดมั่นในเรื่องของ “คุณค่า” ให้มากกว่า “มูลค่า” ดังพระราชดำรัสซึ่งได้นำเสนอมาก่อนหน้านี้ที่ว่า

“...บารมีนั้น คือ ทำความดี เปรียบเทียบกับธนาคาร ...ถ้าเราสะสมเงินให้มากเราก็สามารถที่จะใช้ดอกเบี้ย ใช้เงินที่เป็นดอกเบี้ย โดยไม่ต้องลงทุนแต่ถ้าเราใช้มากเกิดไป หรือเราไม่ระวัง เรากิน เข้าไปในทุน ทุนมันก็น้อยลง ๆ จนหมด ...ไปเบิกกินบัญชีเขาก็ต้องเอาเรื่องฟ้องเราให้ล้มละลาย เราอย่าไปเบิกกินบารมีที่บ้านเมือง ที่ประเทศได้สร้างสมเอาไว้ตั้งแต่บรรพบุรุษของเราให้กินไป เราต้องทำบ้าง หรือเพิ่มพูนให้ประเทศของเราปกติมีอนาคตที่มั่นคง บรรพบุรุษของเราแต่โบราณกาล ได้สร้างบ้านเมืองมาจนถึงเราแล้วในสมัยนี้ที่เรากำลังเสียขวัญกลัวจะได้ไม่ต้องกลัวถ้าเราไม่รักษาไว้...”

การจัดสรรทรัพยากรมาใช้ในการผลิตที่คำนึงถึง “คุณค่า” มากกว่า “มูลค่า” จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง “บุคคล” กับ “ระบบ” เป็นไปอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายทั้งทุนสังคมและทุนเศรษฐกิจ นอกจากนี้จะต้องไม่ติดตำรา สร้างความรู้ รัก สามัคคี และความร่วมมือร่วมใจมองกาลไกลและมีระบบสนับสนุนที่เป็นไปได้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปลุกฝังแนวพระราชดำริให้ประชาชนยอมรับไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องโดยให้วงจรพัฒนาดำเนินไปตามครรลองธรรมชาติกล่าวคือ

ทรงสร้างความตระหนักแก่ประชาชนให้รับรู้ (Awareness) ในทุกคราเมื่อ เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมประชาชนในทุกภูมิภาคต่าง ๆ จะทรงมีพระราชปฏิสันถารให้ประชาชนได้รับทราบถึงสิ่งที่ควรรู้ เช่น การปลูกหญ้าแฝกจะช่วยป้องกันดินพังทลาย และใช้ปุ๋ยธรรมชาติจะช่วยประหยัดและบำรุงดิน การแก้ไขดินเปรี้ยวในภาคใต้สามารถกระทำได้ การ ตัดไม้ทำลาย

ป่าจะทำให้ฝนแล้ง เป็นต้น ตัวอย่างพระราชดำรัสที่เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักให้แก่ประชาชนได้แก่

“...ประเทศไทยนี้เป็นที่ที่เหมาะสมมากในการตั้งถิ่นฐาน แต่ที่ต้องรักษาไว้ไม่ทำให้ประเทศไทยเป็นสวนเป็นนากลายเป็นทะเลทรายก็ป้องกันทำได้...”

ทรงสร้างความสนใจแก่ประชาชน (Interest) หลายท่านคงได้ยินหรือรับฟัง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่มีนามเรียกขานแปลกหู ชวนฉงน น่าสนใจติดตามอยู่เสมอ เช่น โครงการแก้มลิง โครงการแกล้งดิน โครงการเส้นทางเกลือ โครงการน้ำดีไล่น้ำเสีย หรือโครงการน้ำสามรส ฯลฯ เหล่านี้ เป็นต้น ล้วนเชิญชวนให้ติดตามอย่างใกล้ชิด แต่พระองค์ก็มีพระราชอาธิบายแต่ละโครงการอย่างละเอียด เป็นที่เข้าใจอย่างรวดเร็วแก่ประชาชนทั้งประเทศ ในประการต่อมา ทรงให้เวลาในการประเมินค่าหรือประเมินผล (Evaluate) ด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ว่าโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระองค์นั้นเป็นอย่างไร สามารถนำไปปฏิบัติได้ในส่วนของตนเองหรือไม่ ซึ่งยังคงยึดแนวทางที่ให้ประชาชนเลือกการพัฒนาด้วยตนเองที่ว่า “...ขอให้ถือว่าการทำงานที่จะทำนั้น ต้องการเวลา เป็นงานที่มีผู้ดำเนินมาก่อนแล้ว ท่านเป็นผู้ที่จะเข้าไปเสริมกำลัง จึงต้องมีความอดทนที่จะเข้าไปร่วมมือกับผู้อื่น ต้องปรองดองกับเขาให้ได้แม้เห็นว่ามีจุดหนึ่งจุดใดต้องแก้ไขปรับปรุงก็ต้องค่อยพยายามแก้ไขไปตามที่ถูกที่ควร...”

ในขั้นทดลอง (Trial) เพื่อทดสอบว่างานในพระราชดำรินั้นที่ทรงแนะนำนั้นจะได้ผลหรือไม่ ซึ่งในบางกรณีหากมีการทดลองไม่แน่ชัดก็ทรงมักจะมิให้เผยแพร่แก่ประชาชน หากมีผลการทดลองจนแน่พระราชหฤทัยแล้วจึงจะออกไปสู่สาธารณชนได้ เช่น ทดลองปลูกหญ้าแฝกเพื่ออนุรักษ์ดินและน้ำนั้น ได้มีการค้นคว้าหาความเหมาะสมและความเป็นไปได้จนทั่วทั้งประเทศ ว่าดียิ่งจึงนำออกเผยแพร่แก่ประชาชน เป็นต้น

ขั้นยอมรับ (Adoption) โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินั้น เมื่อผ่านกระบวนการมาหลายขั้นตอน บ่ม เพาะ และมีการทดลองมาเป็นเวลานาน ตลอดจนทรงให้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริและสถานที่อื่น ๆ เป็นแหล่งสาธิตที่ประชาชนสามารถเข้าไปศึกษาดูได้ถึงตัวอย่างแห่งความสำเร็จ ดังนั้นแนวพระราชดำริของพระองค์จึงเป็นสิ่งที่ราษฎรสามารถพิสูจน์ได้ว่าจะได้รับผลดีต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของตนได้อย่างไร

แนวพระราชดำริทั้งหลายดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงถึงพระวิริยะอุตสาหะที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงทุ่มเทพระสติปัญญา ทรากคร่ำพระวรกาย เพื่อค้นคว้าหาแนวทางการพัฒนาให้

พสกนิกรทั้งหลายได้มีความร่วมเย็นเป็นสุขสถาพรยั่งยืนนานนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอันใหญ่หลวงที่ได้พระราชทานแก่ปวงไทยตลอดเวลามากกว่า 50 ปี จึงกล่าวได้ว่าพระราชกรณียกิจของพระองค์นั้นสมควรอย่างยิ่งที่ทวยราษฎร์จักได้เจริญรอยตามเบื้องพระยุคลบาท ตามที่ทรงแนะนำ สั่งสอน อบรมและวางแนวทางไว้เพื่อให้เกิดการอยู่ดีมีสุขโดยถ้วนเช่นกัน โดยการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นก่อนต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อได้พื้นฐานที่มั่นคงพร้อมพอสมควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญ และฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นไปตามลำดับ จะก่อให้เกิดความยั่งยืนและจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน และสังคม สุดท้ายเศรษฐกิจดี สังคมไม่มีปัญหา การพัฒนายั่งยืน

ประการที่สำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง

1. พอมีพอกิน ปลูกพืชสวนครัวไว้กินเองบ้าง ปลูกไม้ผลไว้หลังบ้าน 2-3 ต้น พอที่จะมีไว้กินเองในครัวเรือน เหลือจึงขายไป
2. พออยู่พอใช้ ทำให้บ้านน่าอยู่ ปราศจากสารเคมี กลิ่นเหม็น ใช้แต่ของที่ เป็นธรรมชาติ (ใช้จุลินทรีย์ผสมน้ำดูพื้นบ้าน จะสะอาดกว่าใช้น้ำยาเคมี) รายจ่ายลดลง สุขภาพจะดีขึ้น (ประหยัดค่ารักษาพยาบาล)
3. พออกพอใจ เราต้องรู้จักพอ รู้จักประมาณตน ไม่ใคร่อยากใคร่มีเช่นผู้อื่น เพราะเราจะหลงติดกับวัตถุ ปัญญาจะไม่เกิด

"การจะเป็นเสือนั้นมันไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เราพออยู่พอกิน และมีเศรษฐกิจการเป็นอยู่แบบพอมีพอกิน แบบพอมีพอกิน หมายความว่า อุ้มชูตัวเองได้ ให้มีพอเพียงกับตัวเอง" "เศรษฐกิจพอเพียง" จะสำเร็จได้ด้วย "ความพอดีของคน"

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นหน้าที่ของหลายฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศดำเนินไปตามแนวทางที่ถูกต้อง และประชาชนในท้องถิ่น คือผู้ที่ได้รับผลโดยตรงจากการดำเนินการ จึงเปรียบเสมือนสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ในมิติหนึ่งของการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงทำการศึกษามีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นที่ต้องการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โคนแบ่งพื้นที่ศึกษาออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดขึ้นใหม่
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้วจนถึงปัจจุบันยังคงมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนอยู่
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้ว แต่ในปัจจุบันได้เสื่อมความนิยมลง ทั้งนี้จะได้ทำการศึกษาข้อมูลและสำรวจก่อนในระยะแรก จึงเลือกพื้นที่ศึกษาประเภทละ 1 แหล่ง และทำการศึกษาในพื้นที่ต่อไป

3.2 ประเภทและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในท้องถิ่น ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งสามประเภท กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดขึ้นใหม่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้วจนถึงปัจจุบันยังคงมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนอยู่ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้วแต่ได้เสื่อมความนิยมลงในปัจจุบัน ประเภทละ 1 แห่ง

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งสามประเภท ประเภทละ 1 แห่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในครอบครัว และมีความพร้อมในการตอบแบบสอบถาม มีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินชีวิตของสมาชิกใน

ครอบครัว และมีทัศนคติความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถแสดงความคิดเห็น ตลอดจนให้ข้อคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส การศึกษาอาชีพ การรู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.3.2 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดประเด็นของคำถามให้สอดคล้องกับเรื่องที่ต้องการศึกษา
3. ดำเนินการปรับปรุงและสร้างข้อคำถาม
4. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม
5. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีให้ผู้สำรวจเข้าไปสุ่มตัวอย่างจากประชากรในพื้นที่ จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถาม มาตรวจความสมบูรณ์เรียบร้อย แล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ค่าร้อยละ (percentage) ใช้ในการนำเสนอและอธิบายข้อมูลทั่วไป
2. ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลทั่วไปกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ และระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบค่า F-test โดยกำหนดค่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด) ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2554											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.ศึกษาเอกสารและสำรวจเพื่อคัดเลือกพื้นที่	←————→											
2. สรุปเอกสารและจัดทำเครื่องมือ	←————→											
3.ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ	←————→											
4.ปรับปรุงเครื่องมือ	←————→											
5.เก็บรวบรวมเครื่องมือ	←————→											
6.วิเคราะห์เครื่องมือ				←————→								
7.เขียนรายงาน								←————→				

ผลการ วิเคราะห์ข้อมูล													
8.จัดทำเล่ม รายงานการ วิจัย													
9.เผยแพร่ รายงานการ วิจัย													

3.6.1 ระยะเวลาทำการวิจัย

โดยใช้เวลาทำการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน เริ่มต้นจากเดือน ต.ค. 2553 ถึง ก.ย. 2554

3.6.2 สถานที่ทำการวิจัย

สถานที่ที่ใช้ทำการวิจัยครั้งนี้คัดเลือกจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่น ในชุมชนบ้านท้องถิ่น อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช จากทั้งสามประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดขึ้นใหม่
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้วจนถึงปัจจุบัน แต่ยังคงมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนอยู่
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นที่รู้จักมานานแล้ว แต่ปัจจุบันได้เสื่อมความนิยมลง

3.7 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่องทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อย่างยั่งยืนนั้นเนื่องจากการดำเนินการเรื่องทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นำมาปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบันนั้น ในปัจจุบันในหลายพื้นที่เริ่มเกิดปัญหา เช่น สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม วิถีชีวิตชุมชนถูกรบกวน ดังนั้น การศึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวและกำหนดทิศทางการพัฒนา โดยจำแนกผลสำเร็จของการวิจัยที่จะได้รับคือ

1. การศึกษาวิจัยระยะแรก P (preliminary results) ได้ค้นพบถึงปัญหาในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตาม

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกใช้เป็นพื้นที่ศึกษาซึ่งเป็นผลสำเร็จเบื้องต้น

2. การศึกษาวิจัยในระยะต่อมา I (intermediate results) ศึกษาถึงความเชื่อมโยงของปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้พบในระยะแรกและศึกษาลึกลงไปถึงที่มาของ ปัจจัย ที่เป็นสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น ในพื้นที่ศึกษาซึ่งเป็นผลสำเร็จระยะกลาง

3. การศึกษาวิจัยระยะสุดท้าย G (goal results) จะสามารถกำหนดนโยบายและทิศทางในเชิงบริหารและแนวทางในเชิงปฏิบัติการ ในการดำเนินการและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.5 มีอายุโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการอาชีพนักเรียน - นักศึกษามากที่สุดร้อยละ 55.2 โดยเดินทางมาท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครร้อยละ 41.8 รองลงมาเป็นภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ คิดเป็น ร้อยละ 26.0 13.5 7.5 5.8 และ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	162	40.5
หญิง	238	59.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	241	60.2
25 – 34 ปี	45	11.2
35 – 44 ปี	49	12.2
45 – 54 ปี	50	12.5
55 – 64 ปี	12	3.0
64 ปี ขึ้นไป	3	0.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	197	49.2
10,001 – 15,000 บาท	71	17.8
15,001 – 30,000 บาท	81	20.2
30,001 – 45,000 บาท	36	9.0
45,001 – 60,000 บาท	8	2.0
60,001 บาท ขึ้นไป	7	1.8
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
ประกอบอาชีพส่วนตัว	73	18.2
ข้าราชการ – พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	9.2
พนักงานบริษัท	35	8.8
แม่บ้าน – ว่างงาน	9	2.2
นักเรียน – นักศึกษา	221	55.2
ผู้เกษียณอายุราชการ	2	0.5
เกษตรกร	12	3.0
ลูกจ้าง – รับจ้าง	11	2.8
รวม	400	100.0
5.เดินทางมาท่องเที่ยวจากแหล่งใด		
กรุงเทพมหานคร	162	41.8
ภาคเหนือ	22	5.5
ภาคกลาง	54	13.5
ภาคตะวันออก	30	7.5
ภาคใต้	104	26.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23	5.8

รวม	400	100.0
-----	-----	-------

4.1.2 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 3 – 7 วัน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นจำนวนมากที่สุดร้อยละ 66.0 และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ครั้งมากกว่า 3,000 บาท ซึ่งจะเดินทางมาด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนร้อยละ 65.5 รองลงมาคือเดินทางมาเพื่อสัมผัสธรรมชาติร้อยละ 23.5 โดยผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยจะมาท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด 49.5 รองลงมาเป็นมากับญาติหรือคนในครอบครัว และเดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 47.0 และ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทาง

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 วัน	152	38.0
3 – 7 วัน	227	56.8
7 – 15 วัน	17	4.2
มากกว่า 15 วัน	4	1.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	50	12.5
รถยนต์ส่วนตัว	264	66.0
รถจักรยานยนต์	9	2.2
รถบัส / รถตู้ของบริษัททัวร์	73	18.2
อื่นๆ	4	1.0

รวม	400	100.0
-----	-----	-------

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	27	6.8
1,001 – 1,500 บาท	44	11.0
1,501 – 2,000 บาท	52	13.0
2,001 – 2,500 บาท	42	10.5
2,501 – 3,000 บาท	65	16.2
3,000 บาท ขึ้นไป	170	42.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางมาเอง	239	59.8
ซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่จัดเดินทางมาเอง	32	8.2
ซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่มีมัคคุเทศก์ดูแล	18	4.5
หน่วยงาน/องค์กร/บริษัท จัดให้เดินทาง	39	9.8
เพื่อนจัดให้/ญาติจัดให้เดินทาง	71	17.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	263	65.8
เพื่อประกอบธุรกิจ	11	2.8

เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ	94	23.5
เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	16	4.0
เพื่อเยี่ยมชมญาติ	9	2.2
บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว	7	1.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเดินทางมายังชุมชนบ้านท้องเนียน

การเดินทางมายังชุมชนบ้านท้องเนียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	355	88.8
มาเป็นครั้งที่ 2	29	7.2
มาเป็นครั้งที่ 3	8	2.0
มามากกว่า 3 ครั้ง	8	2.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทางของท่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	14	3.5
มากับญาติหรือคนในครอบครัว	188	47.0
มากับเพื่อน	198	49.5
รวม	400	100.0

4.1.3 ด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท้องเนียนร้อยละ 27.8 โดยรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/ญาติมากที่สุดร้อยละ 34.2 รับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยน้อยที่สุดร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.9 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร (จำนวนตัวอย่าง 400 คน)

ด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร	การรับรู้ข่าวสาร (ร้อยละ)			
	ทุกวัน	เกือบทุก วัน	นานๆครั้ง	ไม่เคย
ท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนจากสื่อ โทรทัศน์บ่อยเพียงใด	10.0	33.0	53.0	4.0
ท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อ วิทยุบ่อยเพียงใด	4.2	19.5	63.0	13.2
ท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อ หนังสือพิมพ์บ่อยเพียงใด	4.2	26.0	61.2	8.5
ท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อ นิตยสารบ่อยเพียงใด	5.2	24.8	62.0	8.0
ท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อ อินเทอร์เน็ตบ่อยเพียงใด	18.8	38.5	37.5	5.2

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร
เกี่ยวกับชุมชนบ้านท่องเที่ยว

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยรับรู้ข่าวสาร	111	27.8
ไม่เคยรับรู้ข่าวสาร	289	72.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านทองเนียน

แหล่งการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านทองเนียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	25	22.5
วิทยุ	5	4.5
หนังสือพิมพ์	6	5.4
วารสาร/นิตยสาร	16	14.4
เพื่อน/ญาติ	38	34.2
เว็บไซต์	16	14.4
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5	4.5
รวม	111	100.0

4.1.4 ด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาชุมชนบ้านทองเนียน

จากผลการวิเคราะห์เจตคติของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเจตคติระดับ “มาก” ในประเด็นต่างๆดังนี้คือ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความชัดเจนของการแบ่งพื้นที่ บันไดลงสู่ชายหาด สภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปาสาธารณะ ถึงขยะบริเวณชายหาด สถานที่จอดรถ ชุมอาหารและเครื่องดื่ม ชุมขายของที่ระลึก ศาลา/ซุ้มพักผ่อน เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริการมัคคุเทศน์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง จัมน้ำ วอลเลย์บอลชายหาด ฟุตบอลชายหาด อาบแดด เรือลากชูชีพ สกีนน้ำ ท่องเที่ยว/ล่องเรือ เรือกล้วย และเทศกาลและงานประเพณี ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ได้แก่ การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ และมีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้งานได้ ส่วนประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติอยู่ระดับ “มากที่สุด” คือ หาดทรายมีความสวยงาม เรียบร้อย คุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย ความสวยงามของทัศนียภาพ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรจิตของผู้คนในท้องถิ่น

ตารางที่ 4.12 แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน)

หัวข้อความต้องการ	ระดับเจตคติ (ร้อยละ)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว					
ความชัดเจนของการแบ่งพื้นที่	0.8	1.2	28.2	50.5	19.2
บันไดลงสู่ชายหาด	1.0	4.8	25.2	47.2	21.8
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	0.2	2.2	18.2	38.0	41.2
คุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย	0.2	1.5	18.0	38.8	41.5
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม	0.5	1.8	23.2	46.5	28.0
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระบบไฟฟ้า	0.8	3.5	26.2	43.5	25.8
น้ำประปาสาธารณะ	0.8	2.5	26.8	43.8	26.2
ถังขยะบริเวณชายหาด	1.2	5.2	28.0	36.2	29.2
โทรศัพท์สาธารณะ	2.5	10.0	35.5	36.0	16.0
ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม	1.0	7.0	23.5	44.8	23.8
ซุ้มขายของที่ระลึก	1.5	6.5	28.5	40.0	23.5
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	1.2	7.2	25.2	34.5	31.8
ศาลา/ซุ้มพักผ่อน	1.5	5.0	25.2	46.8	21.5
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	5.0	7.5	34.2	39.0	14.2
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียด	1.2	5.5	24.8	42.5	26.0

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

หัวข้อความต้องการ	ระดับเจตคติ (ร้อยละ)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
บริเวณที่ตั้งแผงลอยหาบเร่	4.0	11.8	40.8	32.2	11.0
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	4.0	14.5	40.0	27.8	13.5
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	1.8	7.0	27.2	39.0	25.0
บริการมัคคุเทศน์	1.8	7.5	28.8	39.2	22.8
3.ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ความสวยงามของทัศนียภาพ	0.2	2.8	13.2	34.8	49.0
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	0.5	1.5	18.0	35.2	44.8
ความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น	1.5	2.8	12.8	30.8	52.2
4.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
กิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง	3.0	6.2	24.2	47.5	19.0
กิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า	5.5	8.5	29.8	44.0	12.2
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด	4.2	12.0	34.2	37.5	12.0
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด	5.2	11.0	36.0	35.2	12.5
กิจกรรมอาบแดด	6.8	11.8	34.8	35.0	11.8
กิจกรรมพายเรือแคนู	4.8	8.5	33.5	25.0	18.2
กิจกรรมเรือลากชูชีพ	5.2	8.2	31.8	37.0	17.8
กิจกรรมสกีน้ำ	5.8	9.5	32.8	35.8	16.2
กิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ	1.5	3.8	22.2	41.5	31.0
กิจกรรมท่องเที่ยว-เรือกล้วย	5.5	6.8	27.2	36.0	24.5
กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี	2.0	4.2	21.0	45.8	27.0

ตาราง4.12(ต่อ)

หัวข้อความต้องการ	ระดับเจตคติ (ร้อยละ)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5.ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย					
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	1.0	4.0	23.8	36.2	35.0
การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย	1.2	3.8	23.0	39.8	32.2
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	1.0	5.2	24.0	36.8	33.0
มีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้งานได้	2.5	4.2	23.8	35.8	33.8

ตารางที่ 4.13 แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านทองเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน) เป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

การดำเนินการด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคต	ระดับเจตคติโดยเฉลี่ย	S.D.
1.ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว		
ความชัดเจนของการแบ่งพื้นที่	3.86	.758
บันไดลงสู่ชายหาด	3.84	.852
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	4.18	.823
คุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย	4.20	.800
ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม-อื่นๆ	4.00	.793
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		
ระบบไฟฟ้า	3.90	.848
น้ำประปา สาธารณะ	3.92	.833

ตาราง4.13(ต่อ)

การดำเนินการด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาใน อนาคต	ระดับเบเจตคติ โดยเฉลี่ย	S.D.
ถึงขยะบริเวณชายหาด	3.87	.938
โทรศัพท์สาธารณะ	3.53	.960
สถานที่จอดรถ	3.74	.960
ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม	3.83	.904
ซุ้มขายของที่ระลึก	3.77	.931
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	3.88	.980
ศาลา ซุ้มพักผ่อน	3.82	.878
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	3.50	.994
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียด	3.87	.908
บริเวณที่ตั้งแผงลอยหาบเร่	3.42	1.809
ตลาดนัด ตลาดนัดชั่วคราว	3.40	1.754
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.79	.957
บริการมัคคุเทศน์	3.74	.952
3.ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว		
ความสวยงามของทัศนียภาพ	4.29	.818
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.22	.827
ความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น	4.29	.900
4.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว		
กิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง	3.73	.940
กิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า	3.49	.999
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด	3.41	.990
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด	3.39	1.012
กิจกรรมอาบแดด	3.33	1.049
กิจกรรมลากพายเรือแคนู	3.54	1.035

ตาราง4.13(ต่อ)

การดำเนินการด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาใน อนาคต	ระดับบเจตคติ โดยเฉลี่ย	S.D.
กิจกรรมลากเรือชูชีพ	3.54	1.042
กิจกรรมสกีน้ำ	3.47	1.055
กิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ	3.97	.905
กิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย	3.67	1.085
กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี	3.92	.908
5.ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย		
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	4.00	.916
การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย	3.98	.904
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	3.96	.933
มีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้การได้	3.94	.984

4.1.5 ด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้อง เนียน

จากผลการวิเคราะห์เจตคติของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเจตคติระดับ “มาก” ในประเด็นต่างๆดังนี้คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภาพรวมของชุมชน กิจกรรมโดยรวม การเข้าถึงหาดทราย สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวม ราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม การให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการให้ข้อมูลชุมชนทางเว็บไซต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เนื้อหาของหนังสือเกี่ยวกับชุมชนมีความน่าสนใจ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลชุมชนอย่างต่อเนื่อง และการจัดงานต่างๆในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติอยู่ระดับ “ปานกลาง” คือ ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม

ตารางที่ 4.14 แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการของชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน)

หัวข้อความต้องการ	ระดับเจตคติ (ร้อยละ)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.แหล่งท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์					
ภาพรวมของชุมชน	0.0	1.0	16.0	53.8	29.2
กิจกรรมโดยรวม	0.5	1.8	22.5	54.0	21.2
การเข้าถึงหาดทราย	0.0	3.5	26.0	48.5	22.0
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม	0.2	3.5	27.8	50.2	18.2
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น	1.0	4.2	27.8	49.2	17.8
ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวม	0.0	3.2	35.8	44.8	16.2
ราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม	0.8	4.5	32.2	42.8	19.8
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม	2.8	7.2	38.8	27.5	13.8
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1.2	4.5	31.2	44.8	18.2
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	0.2	5.5	25.0	44.0	25.2
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น	0.5	5.0	26.5	47.2	20.8
การให้ข้อมูลชุมชนทางเว็บไซต์	1.8	5.5	30.2	39.5	23.0

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

หัวข้อความต้องการ	ระดับเจตคติ (ร้อยละ)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2.การส่งเสริมการตลาด					
เนื้อหาของหนังสือเกี่ยวกับชุมชนมีความน่าสนใจ	0.2	3.5	28.8	39.5	28.0
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลชุมชนอย่างต่อเนื่อง	0.5	4.5	25.8	46.5	22.8
การจัดงานต่างๆในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	1.2	4.5	30.2	44.5	19.5

ตารางที่ 4.15 แสดงเจตคติของกลุ่มตัวอย่างด้านความพึงพอใจในปัจจุบันกับการจัดการตลาดท่องเที่ยว ต่อชุมชนบ้านท้องเนียน (จำนวนตัวอย่าง 400 คน) เป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

การดำเนินการด้านความพึงพอใจในปัจจุบันกับการจัดการตลาดท่องเที่ยว	ระดับเจตคติโดยเฉลี่ย	S.D.
1.แหล่งท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์		
ภาพรวมของชุมชนบ้านท้องเนียน	4.11	.694
กิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท้องเนียน	3.94	.742
การเข้าถึงหาทรายของชุมชนบ้านท้องเนียน	3.89	.781
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของชุมชนบ้านท้องเนียน	3.83	.771
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นที่หาทรายของชุมชน	3.78	.819
ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมในชุมชนบ้านท้องเนียน	3.74	.764
ราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.76	.844
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม เช่น เสาห่วงยา ขี่ม้า	3.52	.915

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การดำเนินการด้านความพึงพอใจในปัจจุบันกับการจัดการ ตลาดท่องเที่ยว	ระดับเบเจคคติ โดยเฉลี่ย	S.D.
การให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.74	.850
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	3.88	.857
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น	3.83	.830
การให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์	3.76	.926
2.การส่งเสริมการตลาด		
เนื้อหาของสื่อเกี่ยวกับชุมชนมีความน่าสนใจ	3.92	.851
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลชุมชนอย่างต่อเนื่อง	3.87	.833
การจัดงานต่างๆในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	3.76	.858

4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กับ เจตคติด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านท่องเที่ยว อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กับ เจตคติด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านท่องเที่ยว อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชมีดังต่อไปนี้

1. อายุนักท่องเที่ยว

สัมพันธ์กับ

เจตคติด้านหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย

เจตคติด้านคุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย

เจตคติด้านชุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

เจตคติด้านชุ่มขายของที่ระลึก

เจตคติด้านศาลา/ชุ่มพักผ่อน

เจตคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียด

เจตคติด้านอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เจตคติด้านบริการลูกค้าพิเศษ

เจตคติด้านความเป็นมิตรจิตของผู้คนในท้องถิ่น

เจตคติด้านกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง

เจตคติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า

เจตคติด้านกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

เจตคติด้านกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

เจตคติด้านกิจกรรมลากพายเรือแคนู

เจตคติด้านกิจกรรมอาบแดด

เจตคติด้านกิจกรรมลากเรือซูชีพ

เจตคติด้านกิจกรรมสกีน้ำ

เจตคติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

เจตคติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

เจตคติด้านกิจกรรมเทศกาลงานประเพณี

เจตคติด้านการตีคูปายเดือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย

เจตคติด้านการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอัตรา

เจตคติด้านการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ

เจตคติด้านการมีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้การได้

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สัมพันธกับ

เจตคติด้านซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม

เจตคติด้านซุ้มขายของที่ระลึก

เจตคติด้านกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง

เจตคติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า

เจตคติด้านกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

เจตคติด้านกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

เจตคติด้านกิจกรรมลากพายเรือแคนู

เจตคติด้านกิจกรรมอาบแดด

เจตคติด้านกิจกรรมลากเรือชูชีพ

เจตคติด้านกิจกรรมสกีน้ำ

เจตคติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลงานประเพณี

3. อาชีพ

สัมพันธ์กับ

เจตคติด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

เจตคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก/แผนที่และข้อมูลรายละเอียด

เจตคติด้านอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เจตคติด้านความสวยงามของทัศนียภาพ

เจตคติด้านความเป็นมิตรจิตของผู้คนในท้องถิ่น

4.2.1.1 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อหาดทรายที่มีความสวยงามเรียบร้อย

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อหาดทรายที่มีความสวยงามเรียบร้อยอย่างมีนัยสำคัญ ($\text{sig.} = 0.728$) กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มความต้องการต่อหาดทรายที่มีความสวยงามเรียบร้อยมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ทั้งนี้พบว่าเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 44.0) เจตคติเชิงลบคือระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 2.9 และ .4 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อหาทรายที่มีความสวยงามเรียบร้อย

อายุ	เจตคติต่อหาทรายที่มีความสวยงามเรียบร้อย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า25ปี	1 .4%	7 2.9%	43 17.8%	90 37.3%	100 41.5%	241 100.0%
25-34ปี			14 31.1%	14 31.1%	17 37.8%	45 100.0%
35-44 ปี		1 2.0%	7 14.3%	21 42.9%	20 40.8%	49 100.0%
45-54ปี			8 16.0%	20 40.0%	22 44.0%	50 100.0%
55-64ปี		1 8.3%		6 50.0%	5 41.7%	12 100.0%
64ปีขึ้นไป			1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%	3 100.0%
รวม	1 .2%	9 2.2%	73 18.2%	152 38.0%	165 41.2%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 14.225 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.819 Monte Carlo Sig. = 0.728 Contingency Coefficient = 0.185

4.2.1.2 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาทราย

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาทรายอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.210) กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มความต้องการต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาทรายมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ทั้งนี้พบว่าเจตคติระดับ “มากที่สุด” “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7 และ 33.3 ตามลำดับ) ขณะที่ระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่า25ปี (ร้อยละ 43.2)

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย

อายุ	เจตคติต่อคุณภาพของน้ำบริเวณหาดทราย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		4 1.7%	46 19.1%	104 43.2%	87 36.1%	241 100.0%
25-34 ปี	1 2.2%	1 2.2%	7 15.6%	16 35.6%	20 44.4%	45 100.0%
35-44 ปี		1 2.0%	11 22.4%	14 28.6%	23 46.9%	49 100.0%
45-54 ปี			6 12.0%	19 38.0%	25 50.0%	50 100.0%
55-64 ปี			1 8.3%	2 16.7%	9 75.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป			1 33.3%	-	2 66.7%	3 100.0%
รวม	1 .2%	6 1.5%	72 18.0%	155 38.8%	166 41.5%	400 100.0%

18 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 24.043 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.241 Monte Carlo Sig. = 0.210 Contingency Coefficient = 0.238

4.2.1.3 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อชุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อชุ่มอาหารและเครื่องดื่มอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.225) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติเชิงลบคือระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มอายุ 45 – 54 ปี (ร้อยละ 12.0 และ 4.0 ตามลำดับ) ขณะที่เจตคติ ระดับ “ปานกลาง” และ “มาก” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 26.7 และ 48.9) และเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มอายุ 55-64ปี (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม

อายุ	เจตคติต่อซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	17 7.1%	60 24.9%	109 45.2%	54 22.4%	241 100.0%
25-34 ปี		1 2.2%	12 26.7%	22 48.9%	10 22.2%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	2 4.1%	7 14.3%	23 46.9%	16 32.7%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	6 12.0%	13 26.0%	21 42.0%	8 16.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	2 16.7%	3 25.0%	6 50.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	-	1 33.3%		1 33.3%	1 33.3%	3 100.0%
รวม	4 1.0%	28 7.0%	94 23.5%	179 44.8%	95 23.8%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 24.727 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.212 Monte Carlo Sig. = 0.225 Contingency Coefficient = 0.241

4.2.1.4 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อซุ้มขายของที่ระลึก

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติด้านซุ้มขายของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.190) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนักทั้งนี้เจตคติเชิงลบคือระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่ม 45-54 ปี (ร้อยละ 6.0) และ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” ถึง “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มต่ำกว่า 25 ปี และ 64 ปี

ขึ้นไปเป็นหลัก อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมแล้วถือได้ว่าผู้ที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มความต้องการ
 ชุมชายของที่ระลึกมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อชุมชายของที่ระลึก

อายุ	เจตคติต่อชุมชายของที่ระลึก					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	2 .8%	16 6.6%	67 27.8%	106 44.0%	50 20.7%	241 100.0%
25-34 ปี		2 4.4%	14 31.1%	15 33.3%	14 31.1%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	3 6.1%	11 22.4%	19 38.8%	15 30.6%	49 100.0%
45-54 ปี	3 6.0%	4 8.0%	19 38.0%	15 30.0%	9 18.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	6 50.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป			2 66.7%	1 33.3%		3 100.0%
รวม	6 1.5%	26 6.5%	114 28.5%	160 40.0%	94 23.5%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 25.582 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.180 Monte Carlo Sig. = 0.190 Contingency Coefficient = 0.245

4.2.1.5 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อศาลา/ซุ้มพักผ่อน

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติด้านศาลา/ซุ้มพักผ่อนอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.012) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33) และกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 8.9) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” ถึง “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มอายุ 35-44 ปี ถึงกลุ่มอายุ 55-64 ปี อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมแล้วถือได้ว่าผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มว่าความต้องการศาลา/ซุ้มพักผ่อนมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อศาลา/ซุ้มพักผ่อน

อายุ	เจตคติต่อศาลา/ซุ้มพักผ่อน					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		9 3.7%	63 26.1%	119 49.4%	50 20.7%	241 100.0%
25-34 ปี	1 2.2%	4 8.9%	11 24.4%	17 37.8%	12 26.7%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	4 8.2%	14 28.6%	20 40.8%	10 20.4%	49 100.0%
45-54 ปี	3 6.0%	2 4.0%	10 20.0%	27 54.0%	8 16.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	3 25.0%	3 25.0%	5 41.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%			1 33.3%	1 33.3%	3 100.0%
รวม	6 1.5%	20 5.0%	101 25.2%	187 46.8%	86 21.5%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 43.510 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.002 Monte Carlo Sig. = 0.012 Contingency Coefficient = 0.313

4.2.1.6 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล

รายละเอียด

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล รายละเอียดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.168) โดยผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มความต้องการต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียดมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ทั้งนี้พบว่าเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่มากที่สุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี และเจตคติระดับ “มาก” มีความถี่มากที่สุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียด

อายุ	เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล					รวม
	รายละเอียด					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	9 3.7%	68 28.2%	107 44.4%	56 23.2%	241 100.0%
25-34 ปี	1 2.2%	3 6.7%	8 17.8%	16 35.6%	17 37.8%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	4 8.2%	9 18.4%	22 44.9%	13 26.5%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	4 8.0%	13 26.0%	19 38.0%	12 24.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	6 50.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป		1 33.3%		2 66.7%		3 100.0%
รวม	5	22	99	170	104	400

	1.2%	5.5%	24.8%	42.5%	26.0%	100.0%
--	------	------	-------	-------	-------	--------

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

$\chi^2 = 25.460$ $df = 20$ Asymp. = 0.184 Monte Carlo Sig. = 0.168

Contingency Coefficient = 0.24

4.2.1.7 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.165) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” ถึง “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี และกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 8.3 33.3 และ 66.7 ตามลำดับ) ขณะที่เจตคติระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 46.9 และ 28.9 ตามลำดับ) อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมแล้วถือได้ว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีความต้องการอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

อายุ	เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	2	14	68	98	59	241
	.8%	5.8%	28.2%	40.7%	24.5%	100.0%
25-34 ปี		2	13	17	13	45
		4.4%	28.9%	37.8%	28.9%	100.0%
35-44 ปี	1	4	8	23	13	49
	2.0%	8.2%	16.3%	46.9%	26.5%	100.0%
45-54 ปี	3	6	13	14	14	50
	6.0%	12.0%	26.0%	28.0%	28.0%	100.0%
55-64 ปี	1	1	5	4	1	12
	8.3%	8.3%	41.7%	33.3%	8.3%	100.0%

64 ปีขึ้นไป		1	2			3
		33.3%	66.7%			100.0%
รวม	7	28	109	156	100	400
	1.8%	7.0%	27.2%	39.0%	25.0%	100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 27.288 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.127 Monte Carlo Sig. = 0.165 Contingency Coefficient = 0.253

4.2.1.8 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อบริการมัณฑุเทศน์

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อการบริการมัณฑุเทศน์อย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.155) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติเชิงลบก็ในระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3) และกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 34.7) เจตคติระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 46.7) และเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 41.7)

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อบริการมัณฑุเทศน์

อายุ	เจตคติต่อบริการมัณฑุเทศน์					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	3 1.2%	15 6.2%	77 32.0%	100 41.5%	46 19.1%	241 100.0%
25-34 ปี	1 2.2%	2 4.4%	5 11.1%	21 46.7%	16 35.6%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	4 8.2%	17 34.7%	15 30.6%	12 24.5%	49 100.0%
45-54 ปี	1 2.0%	7 14.0%	14 28.0%	17 34.0%	11 22.0%	50 100.0%

55-64 ปี	1 8.3%	1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	5 41.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป		1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	7 1.8%	30 7.5%	115 28.8%	157 39.2%	91 22.8%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 28.471 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.099 Monte Carlo Sig. = 0.155 Contingency Coefficient = 0.258

4.2.1.9 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.142^a) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติระดับติดลบคือระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3)ตามลำดับ ขณะที่เจตติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 66.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น

อายุ	เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	4 1.7%	6 2.5%	32 13.3%	81 33.6%	118 49.0%	241 100.0%
25-34 ปี		1 2.2%	6 13.3%	9 20.0%	29 64.4%	45 100.0%

35-44 ปี		1 2.0%	5 10.2%	12 24.5%	31 63.3%	49 100.0%
45-54 ปี	1 2.0%	2 4.0%	7 14.0%	18 36.0%	22 44.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%		3 25.0%	8 66.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%		1 33.3%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	6 1.5%	11 2.8%	51 12.8%	123 30.8%	209 52.2%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 35.513 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.018 Monte Carlo Sig. = 0.142^a Contingency Coefficient = 0.286

4.2.1.10 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยางอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.270) ผู้มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มความต้องการเล่นน้ำ/เช่าห่วงยางมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า แต่ไม่ชัดเจนนัก โดยเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 26.7) ส่วน เจตคติระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 10.0) และ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	4 1.7%	13 5.4%	60 24.9%	115 47.7%	49 20.3%	241 100.0%

25-34 ปี	3 6.7%	2 4.4%	10 22.2%	18 40.0%	12 26.7%	45 100.0%
35-44 ปี	2 4.1%	4 8.2%	10 20.4%	24 49.0%	9 18.4%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	5 10.0%	14 28.0%	24 48.0%	5 10.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	2 16.7%	8 66.7%	1 8.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%		1 33.3%	1 33.3%		3 100.0%
รวม	12 3.0%	25 6.2%	97 24.2%	190 47.5%	76 19.0%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

$$\chi^2 = 23.334 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.273 Monte Carlo Sig. = 0.270 Contingency Coefficient = 0.235

4.2.1.11 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้าอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.038^a) ผู้มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มความต้องการต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้ามากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า แต่ไม่ชัดเจนนัก โดยเจตคติระดับ “มากที่สุด” และ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 17.8) และกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 48.5) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติเชิงลบระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” ต่างก็มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไปทั้งสองระดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ชิม

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ชิม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	6 2.5%	20 8.3%	67 27.8%	117 48.5%	31 12.9%	241 100.0%
25-34 ปี	5 11.1%	4 8.9%	13 28.9%	15 33.3%	8 17.8%	45 100.0%
35-44 ปี	5 10.2%	2 4.1%	13 26.5%	25 51.0%	4 8.2%	49 100.0%
45-54 ปี	5 10.0%	5 10.0%	22 44.0%	13 26.0%	5 10.0%	50 100.0%
55-64 ปี		2 16.7%	4 33.3%	5 41.7%	1 8.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%		3 100.0%
รวม	22 5.5%	34 8.5%	119 29.8%	176 44.0%	49 12.2%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

$$\chi^2 = 33.696 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.028 Monte Carlo Sig. = 0.038^a Contingency Coefficient = 0.279

4.2.1.12 อายุนักท่องเที่ยว กับเจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.070) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติเชิงลบระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” ต่างก็มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไปทั้งสองระดับ (ร้อยละ 33.3) ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 40.0) กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 39.4) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	4 1.7%	29 12.0%	79 32.8%	95 39.4%	34 14.1%	241 100.0%
25-34 ปี	3 6.7%	5 11.1%	16 35.6%	16 35.6%	5 11.1%	45 100.0%
35-44 ปี	4 8.2%	8 16.3%	18 36.7%	16 32.7%	3 6.1%	49 100.0%
45-54 ปี	5 10.0%	4 8.0%	20 40.0%	19 38.0%	2 4.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	3 25.0%	4 33.3%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%			3 100.0%
รวม	17 4.2%	48 12.0%	137 34.2%	150 37.5%	48 12.0%	400 100.0%

13 cells (43.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .13.

$$\chi^2 = 32.021 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.043 Monte Carlo Sig. = 0.070 Contingency Coefficient = 0.272

4.2.1.13 อายุนักท่องเที่ยว กับเจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติเชิงลบ คือ ระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) และกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 15.6) ตามลำดับ ขณะที่ เจตคติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่

สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 42.0) กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 40.2) และ กลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 41.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	5 2.1%	25 10.4%	85 35.3%	97 40.2%	29 12.0%	241 100.0%
25-34 ปี	3 6.7%	7 15.6%	15 33.3%	16 35.6%	4 8.9%	45 100.0%
35-44 ปี	4 8.2%	7 14.3%	19 38.8%	14 28.6%	5 10.2%	49 100.0%
45-54 ปี	7 14.0%	4 8.0%	21 42.0%	11 22.0%	7 14.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	4 33.3%	2 16.7%	5 41.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%			1 33.3%		3 100.0%
รวม	21 5.2%	44 11.0%	144 36.0%	141 35.2%	50 12.5%	400 100.0%

14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

$$\chi^2 = 54.483 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.346

4.2.1.14 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมอาบแดดอย่างมีนัยสำคัญ

(sig. = 0.018) โดยผู้ที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มต่อความต้องการด้านกิจกรรมอาบแดดมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย แต่ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติระดับ “มากที่สุด” และ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ใน

กลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 25.0 และ 41.7 ตามลำดับ) ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 38.0) และเจตคติระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 16.3) และ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	9 3.7%	31 12.9%	82 34.0%	93 38.6%	26 10.8%	241 100.0%
25-34 ปี	4 8.9%	4 8.9%	17 37.8%	13 28.9%	7 15.6%	45 100.0%
35-44 ปี	4 8.2%	8 16.3%	17 34.7%	16 32.7%	4 8.2%	49 100.0%
45-54 ปี	7 14.0%	4 8.0%	19 38.0%	13 26.0%	7 14.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%		3 25.0%	5 41.7%	3 25.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%		1 33.3%			3 100.0%
รวม	27 6.8%	47 11.8%	139 34.8%	140 35.0%	47 11.8%	400 100.0%

13 cells (43.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.

$$\chi^2 = 35.475 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.018 Monte Carlo Sig. = 0.018 Contingency Coefficient = 0.285

4.2.1.15 อายุนักท่องเที่ยว กับเจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนู

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนูอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) โดยผู้ที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มความต้องการต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนูมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก ทั้งนี้พบว่าเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 20.7) ขณะที่เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้ที่มีอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7)

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนู

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมลากพายเรือแคนู					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	24 10.0%	76 31.5%	90 37.3%	50 20.7%	241 100.0%
25-34 ปี	4 8.9%	2 4.4%	15 33.3%	16 35.6%	8 17.8%	45 100.0%
35-44 ปี	3 6.1%	5 10.2%	16 32.7%	19 38.8%	6 12.2%	49 100.0%
45-54 ปี	8 16.0%	3 6.0%	20 40.0%	11 22.0%	8 16.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%		6 50.0%	4 33.3%	1 8.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%		1 33.3%			3 100.0%
รวม	19 4.8%	34 8.5%	134 33.5%	140 35.0%	73 18.2%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

$$\chi^2 = 61.575 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.365

4.2.1.16 อายุนักท่องเที่ยว กับเจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพ

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) โดยผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มความต้องการด้านกิจกรรมลากเรือชูชีพมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า แต่ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 42.7) และ 55-64 ปี (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7)

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพ

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมลากเรือชูชีพ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	2 .8%	22 9.1%	70 29.0%	103 42.7%	44 18.3%	241 100.0%
25-34 ปี	3 6.7%	3 6.7%	16 35.6%	14 31.1%	9 20.0%	45 100.0%
35-44 ปี	4 8.2%	6 12.2%	14 28.6%	18 36.7%	7 14.3%	49 100.0%
45-54 ปี	8 16.0%	2 4.0%	23 46.0%	10 20.0%	7 14.0%	50 100.0%
55-64 ปี	2 16.7%		3 25.0%	3 25.0%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%		1 33.3%			3 100.0%
รวม	21 5.2%	33 8.2%	127 31.8%	148 37.0%	71 17.8%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

$$\chi^2 = 64.518 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.373

4.2.1.17 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำอย่างมีนัยสำคัญ(sig. = 0.002) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) ขณะที่เจตคติระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 39.0) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 25.0) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	3 1.2%	23 9.5%	75 31.1%	94 39.0%	46 19.1%	241 100.0%
25-34 ปี	5 11.1%	4 8.9%	17 37.8%	15 33.3%	4 8.9%	45 100.0%
35-44 ปี	4 8.2%	6 12.2%	18 36.7%	13 26.5%	8 16.3%	49 100.0%
45-54 ปี	8 16.0%	4 8.0%	17 34.0%	17 34.0%	4 8.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%	1 8.3%	3 25.0%	4 33.3%	3 25.0%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%		1 33.3%			3 100.0%
รวม	23 5.8%	38 9.5%	131 32.8%	143 35.8%	65 16.2%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

$$\chi^2 = 50.670^a \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000

Monte Carlo Sig. = 0.002

Contingency Coefficient = 0.335

4.2.1.18 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรืออย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.018) โดยที่ผู้ที่มีอายุมากกว่ามีความต้องการด้านท่องเที่ยว/ล่องเรือมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย แต่ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 46.9) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 41.7) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 5.0) และกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		12 5.0%	50 20.7%	100 41.5%	79 32.8%	241 100.0%
25-34 ปี		1 2.2%	9 20.0%	18 40.0%	17 37.8%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	1 2.0%	14 28.6%	23 46.9%	10 20.4%	49 100.0%
45-54 ปี	3 6.0%	1 2.0%	13 26.0%	21 42.0%	12 24.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%		2 16.7%	4 33.3%	5 41.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%		1 33.3%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	6 1.5%	15 3.8%	89 22.2%	166 41.5%	124 31.0%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 45.356 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.001

Monte Carlo Sig. = 0.018

Contingency Coefficient = 0.319

4.2.1.19 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วยอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.005) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เจตคติเชิงลบคือระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) และกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 8.9) ตามลำดับ ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 32.7) กลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 42.0) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 33.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	4 1.7%	17 7.1%	65 27.0%	85 35.3%	70 29.0%	241 100.0%
25-34 ปี	5 11.1%	4 8.9%	11 24.4%	17 37.8%	8 17.8%	45 100.0%
35-44 ปี	3 6.1%	3 6.1%	16 32.7%	17 34.7%	10 20.4%	49 100.0%
45-54 ปี	7 14.0%	2 4.0%	14 28.0%	21 42.0%	6 12.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%	1 8.3%	3 25.0%	3 25.0%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%			1 33.3%		3 100.0%
รวม	22 5.5%	27 6.8%	109 27.2%	144 36.0%	98 24.5%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

$$\chi^2 = 47.420 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.001 Monte Carlo Sig. = 0.005 Contingency Coefficient = 0.326

4.2.1.20 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.172) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 50.0 และ 33.3 ตามลำดับ) ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” “น้อย” และ “น้อยที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี และ 55-64 ปี ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วผู้ที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มความต้องการต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี

อายุ	เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	8 3.3%	52 21.6%	114 47.3%	66 27.4%	241 100.0%
25-34 ปี	2 4.4%	1 2.2%	12 26.7%	16 35.6%	14 31.1%	45 100.0%
35-44 ปี	2 4.1%	5 10.2%	9 18.4%	24 49.0%	9 18.4%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	2 4.0%	9 18.0%	23 46.0%	14 28.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%		1 8.3%	6 50.0%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป		1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%	3 100.0%

รวม	8 2.0%	17 4.2%	84 21.0%	183 45.8%	108 27.0%	400 100.0%
-----	-----------	------------	-------------	--------------	--------------	---------------

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

$$\chi^2 = 27.209 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.129 Monte Carlo Sig. = 0.172 Contingency Coefficient = 0.252

4.2.1.21 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อการติดป้ายที่สังเกตเห็นได้ง่าย

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อการติดป้ายที่สังเกตเห็นได้ง่ายอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.052) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 4.0 และ 12.0 ตามลำดับ) ขณะที่เจตติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) กลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 42.9) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 50.0) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วผู้ที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มความต้องการต่อการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่ายมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการติดป้ายที่สังเกตเห็นได้ง่าย

อายุ	เจตคติต่อการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	5 2.1%	72 29.9%	82 34.0%	81 33.6%	241 100.0%
25-34 ปี		1 2.2%	6 13.3%	18 40.0%	20 44.4%	45 100.0%
35-44 ปี	1 2.0%	3 6.1%	8 16.3%	21 42.9%	16 32.7%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	6 12.0%	6 12.0%	20 40.0%	16 32.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	6 50.0%	12 100.0%

64 ปีขึ้นไป			2 66.7%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	4 1.0%	16 4.0%	95 23.8%	145 36.2%	140 35.0%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 36.377 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.014 Monte Carlo Sig. = 0.052 Contingency Coefficient = 0.289

4.2.1.22 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อการแบ่งพื้นที่และช่วงอันตราย

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.002) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไปทั้งสองระดับ (ร้อยละ 33.3) ขณะที่เจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 46.7) อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีความต้องการต่อการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการแบ่งพื้นที่และช่วงอันตราย

อายุ	เจตคติการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		6 2.5%	71 29.5%	92 38.2%	72 29.9%	241 100.0%
25-34 ปี		2 4.4%	5 11.1%	17 37.8%	21 46.7%	45 100.0%
35-44 ปี	2 4.1%	1 2.0%	6 12.2%	25 51.0%	15 30.6%	49 100.0%
45-54 ปี	2 4.0%	4 8.0%	10 20.0%	17 34.0%	17 34.0%	50 100.0%

55-64 ปี		1 8.3%		7 58.3%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%		3 100.0%
รวม	5 1.2%	15 3.8%	92 23.0%	159 39.8%	129 32.2%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

$$\chi^2 = 67.020 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.002 Contingency Coefficient = 0.379

4.2.1.23 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจคติต่อการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจคติต่อการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพออย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.038) โดยผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มต่อการต้องการเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า แต่ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 60.0) ขณะที่เจคติระดับ “น้อยที่สุด” มีความถี่อยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 4.1)

ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจคติต่อการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ

อายุ	เจคติต่อการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		14 5.8%	62 25.7%	95 39.4%	70 29.0%	241 100.0%
25-34 ปี		2 4.4%	8 17.8%	8 17.8%	27 60.0%	45 100.0%
35-44 ปี	2 4.1%		7 14.3%	23 46.9%	17 34.7%	49 100.0%

45-54 ปี	2 4.0%	4 8.0%	14 28.0%	17 34.0%	13 26.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	3 25.0%	3 25.0%	5 41.7%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป			2 66.7%	1 33.3%		3 100.0%
รวม	4 1.0%	21 5.2%	96 24.0%	147 36.8%	132 33.0%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 41.549 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.003 Monte Carlo Sig. = 0.038 Contingency Coefficient = 0.307

4.2.1.24 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อการมีสัญญาเตือนภัยที่ใช้การได้

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อการมีสัญญาเตือนภัยที่ใช้การได้อย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.038) โดยผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มความต้องการต่อการมีสัญญาเตือนภัยที่ใช้การได้มากกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า แต่ไม่ชัดเจนนัก กล่าวคือ เจตคติระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ใน กลุ่ม 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) และกลุ่มอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3) ขณะที่เจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 48.9)

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ เจตคติต่อการมีสัญญาเตือนภัยที่ใช้การได้

อายุ	เจตคติต่อการมีสัญญาเตือนภัยที่ใช้การได้					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		13 5.4%	66 27.4%	88 36.5%	74 30.7%	241 100.0%
25-34 ปี	1 2.2%	1 2.2%	9 20.0%	12 26.7%	22 48.9%	45 100.0%

35-44 ปี	2 4.1%	1 2.0%	7 14.3%	21 42.9%	18 36.7%	49 100.0%
45-54 ปี	5 10.0%	1 2.0%	12 24.0%	15 30.0%	17 34.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%	1 8.3%	6 50.0%	4 33.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป	2 66.7%			1 33.3%		3 100.0%
รวม	10 2.5%	17 4.2%	95 23.8%	143 35.8%	135 33.8%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

$$\chi^2 = 83.573 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.416

4.2.1.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อชื้ออาหารและเครื่องดื่ม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อชื้ออาหารและเครื่องดื่มอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.015) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่าผู้ที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ที่ระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มรายได้อื่นๆมีคะแนนเจตคติกระจายตัวมากกว่า และผู้ที่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อชื้ออาหารและเครื่องดื่ม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อชื้ออาหารและเครื่องดื่ม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2 1.0%	10 5.1%	53 26.9%	87 44.2%	45 22.8%	197 100.0%

10,001-15,000 บาท		6 8.5%	18 25.4%	34 47.9%	13 18.3%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	1 1.2%	7 8.6%	13 16.0%	35 43.2%	25 30.9%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท			7 19.4%	20 55.6%	9 25.0%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	3 37.5%	1 12.5%	1 12.5%	2 25.0%	8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		2 28.6%	2 28.6%	2 28.6%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	4 1.0%	28 7.0%	94 23.5%	179 44.8%	95 23.8%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

$$\chi^2 = 41.260 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.003 Monte Carlo Sig. = 0.015 Contingency Coefficient = 0.306

4.2.1.26 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อผู้ขายของที่ระลึก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อผู้ขายของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.008) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวระดับ “น้อย” ถึง “มากที่สุด” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้อื่นมีเจตคติกระจายตัวมากกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด และกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อผู้ขายของที่ระลึก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อผู้ขายของที่ระลึก					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	3 1.5%	13 6.6%	55 27.9%	88 44.7%	38 19.3%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท		3 4.2%	25 35.2%	29 40.8%	14 19.7%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	1 1.2%	5 6.2%	18 22.2%	28 34.6%	29 35.8%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท		1 2.8%	12 33.3%	13 36.1%	10 27.8%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	3 37.5%	1 12.5%	1 12.5%	2 25.0%	8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	1 14.3%	3 42.9%	1 14.3%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	6 1.5%	26 6.5%	114 28.5%	160 40.0%	94 23.5%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

$$\chi^2 = 45.507 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.001 Monte Carlo Sig. = 0.008 Contingency Coefficient = 0.320

4.2.1.27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เช่าห่วงยางอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.285) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีการกระจายตัวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-45,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “น้อย” ถึง “มากที่สุด”

อย่างชัดเจน และกลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เข้าห่วงยาง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมเล่นน้ำ/เข้าห่วงยาง					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	5 2.5%	12 6.1%	48 24.4%	90 45.7%	42 21.3%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	3 4.2%	19 26.8%	35 49.3%	12 16.9%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	4 4.9%	6 7.4%	15 18.5%	43 53.1%	13 16.0%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท		2 5.6%	8 22.2%	18 50.0%	8 22.2%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	-	5 62.5%	2 25.0%		8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		2 28.6%	2 28.6%	2 28.6%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	12 3.0%	25 6.2%	97 24.2%	190 47.5%	76 19.0%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21

$$\chi^2 = 22.876 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.295 Monte Carlo Sig. = 0.285 Contingency Coefficient = 0.233

4.2.1.28 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้าอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้

45,001-60,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ระดับ “น้อยที่สุด” “น้อย” และ “ปานกลาง” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ระดับ “น้อย” “ปานกลาง” และ “มาก” อย่างชัดเจน และกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/พักผ่อน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/พักผ่อน					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	8 4.1%	18 9.1%	53 26.9%	94 47.7%	24 12.2%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	8 11.3%	22 31.0%	31 43.7%	8 11.3%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	10 12.3%	2 2.5%	24 29.6%	33 40.7%	12 14.8%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	1 2.8%	1 2.8%	13 36.1%	16 44.4%	5 13.9%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	1 12.5%	6 75.0%			8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		4 57.1%	1 14.3%	2 28.6%		7 100.0%
รวม	22 5.5%	34 8.5%	119 29.8%	176 44.0%	49 12.2%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .39.

$$\chi^2 = 49.634 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.332

4.2.1.29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.162) โดยผู้ที่มีต่ำมีความต้องการต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง ทั้งนี้เจตคติเชิงลบ คือ ระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท และ 60,001บาทขึ้นไป ตามลำดับ ส่วนเจตคติระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท

ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	5 2.5%	26 13.2%	66 33.5%	72 36.5%	28 14.2%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	9 12.7%	26 36.6%	25 35.2%	9 12.7%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	8 9.9%	7 8.6%	23 28.4%	35 43.2%	8 9.9%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	1 2.8%	2 5.6%	15 41.7%	15 41.7%	3 8.3%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	1 12.5%	5 62.5%	1 12.5%		8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		3 42.9%	2 28.6%	2 28.6%		7 100.0%
รวม	17 4.2%	48 12.0%	137 34.2%	150 37.5%	48 12.0%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

$$\chi^2 = 26.629$$

$$df = 20$$

Asymp. = 0.146 Monte Carlo Sig. = 0.162 Contingency Coefficient = 0.250

4.2.1.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.162) ทั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 45,001-60,000 บาท และมากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ที่ระดับ “น้อยที่สุด” “น้อย” และ “ปานกลาง” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มรายได้อื่นๆมีคะแนนเจตคติกระจายตัวมากกว่า และผู้ที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000บาท	9 4.6%	21 10.7%	68 34.5%	73 37.1%	26 13.2%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	8 11.3%	29 40.8%	26 36.6%	6 8.5%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	7 8.6%	12 14.8%	21 25.9%	29 35.8%	12 14.8%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	1 2.8%		16 44.4%	13 36.1%	6 16.7%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	1 12.5%	6 75.0%			8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	2 28.6%	4 57.1%			7 100.0%
รวม	21 5.2%	44 11.0%	144 36.0%	141 35.2%	50 12.5%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .37.

$$\chi^2 = 29.178^a \quad df = 20$$

Asymp. = 0.084 Monte Carlo Sig. = 0.082 Contingency Coefficient = 0.261

4.2.1.31 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมฟุตบอลชายหาดอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.162) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่าผู้ที่มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีเจตคติความต้องการกิจกรรมอาบแดดกระจุกตัวอยู่ระดับ “น้อยที่สุด” ถึง “มาก” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มรายได้อื่นๆ มีคะแนนเจตคติกระจายตัวมากกว่า และผู้ที่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด

ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมอาบแดด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14 7.1%	24 12.2%	69 35.0%	71 36.0%	19 9.6%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	4 5.6%	11 15.5%	21 29.6%	28 39.4%	7 9.9%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	5 6.2%	8 9.9%	31 38.3%	22 27.2%	15 18.5%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	1 2.8%	3 8.3%	12 33.3%	15 41.7%	5 13.9%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	1 12.5%	4 50.0%	2 25.0%		8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	2 28.6%		2 28.6%	2 28.6%	1 14.3%	7 100.0%

รวม	27 6.8%	47 11.8%	139 34.8%	140 35.0%	47 11.8%	400 100.0%
-----	------------	-------------	--------------	--------------	-------------	---------------

14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .47.

$$\chi^2 = 18.043^a \quad df = 20$$

Asymp. = 0.585

Monte Carlo Sig. = 0.632

Contingency Coefficient = 0.208

4.2.1.32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมลาภพวยเรือแคนู

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมลาภพวยเรือแคนูอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.035) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-45,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติกระจายตัวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ และกลุ่มผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมลาภพวยเรือแคนู

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมลาภพวยเรือแคนู					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5 2.5%	18 9.1%	62 31.5%	71 36.0%	41 20.8%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	3 4.2%	6 8.5%	26 36.6%	25 35.2%	11 15.5%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	5 6.2%	9 11.1%	31 38.3%	22 27.2%	14 17.3%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	2 5.6%		9 25.0%	19 52.8%	6 16.7%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	2 25.0%	1 12.5%	3 37.5%	1 12.5%	1 12.5%	8 100.0%

60,001 บาทขึ้นไป	2 28.6%		3 42.9%	2 28.6%		7 100.0%
รวม	19 4.8%	34 8.5%	134 33.5%	140 35.0%	73 18.2%	400 100.0%

14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

$$\chi^2 = 32.772 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.036 Monte Carlo Sig. = 0.035 Contingency Coefficient = 0.275

4.2.1.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมลากรือชูชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมลากรือชูชีพอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.215) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไปมีเจตคติกระจุกตัวอยู่ระดับ “น้อยที่สุด” ถึง “มาก” อย่างชัดเจน และกลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเจตคติต่อกิจกรรมลากรือชูชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมลากรือชูชีพ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	7 3.6%	16 8.1%	59 29.9%	79 40.1%	36 18.3%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	6 8.5%	20 28.2%	30 42.3%	13 18.3%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	6 7.4%	9 11.1%	29 35.8%	23 28.4%	14 17.3%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	2 5.6%	1 2.8%	14 38.9%	12 33.3%	7 19.4%	36 100.0%
45,001-60,000บาท	2 25.0%		3 37.5%	2 25.0%	1 12.5%	8 100.0%

60,001 บาทขึ้นไป	2 28.6%	1 14.3%	2 28.6%	2 28.6%		7 100.0%
รวม	21 5.2%	33 8.2%	127 31.8%	148 37.0%	71 17.8%	400 100.0%

14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .37.

$$\chi^2 = 25.196 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.194

Monte Carlo Sig. = 0.215

Contingency Coefficient = 0.243

4.2.1.34 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมลากลเรือชูชีพอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.112) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-45,000 บาท และ 45,001-60,000 บาท มีการกระจายตัวของระดับเจตคติน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ และกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด

ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมสกีน้ำ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	8 4.1%	18 9.1%	60 30.5%	71 36.0%	40 20.3%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	5 7.0%	5 7.0%	28 39.4%	23 32.4%	10 14.1%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	5 6.2%	12 14.8%	24 29.6%	31 38.3%	9 11.1%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	2 5.6%		13 36.1%	17 47.2%	4 11.1%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	2 25.0%	1 12.5%	4 50.0%		1 12.5%	8 100.0%

60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	2 28.6%	2 28.6%	1 14.3%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	23 5.8%	38 9.5%	131 32.8%	143 35.8%	65 16.2%	400 100.0%

4 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .40.

$$\chi^2 = 28.377 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.101 Monte Carlo Sig. = 0.112 Contingency Coefficient = 0.257

4.2.1.35 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรืออย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) ทั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ที่ระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มรายได้อื่นๆมีคะแนนเจตคติกระจายตัวมากกว่า และผู้ที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1 .5%	7 3.6%	43 21.8%	79 40.1%	67 34.0%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท		2 2.8%	17 23.9%	32 45.1%	20 28.2%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	2 2.5%	6 7.4%	16 19.8%	33 40.7%	24 29.6%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท			7 19.4%	20 55.6%	9 25.0%	36 100.0%

45,001-60,000 บาท	2 25.0%	-	4 50.0%	1 12.5%	1 12.5%	8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	-	2 28.6%	1 14.3%	3 42.9%	7 100.0%
รวม	6 1.5%	15 3.8%	89 22.2%	166 41.5%	124 31.0%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

$$\chi^2 = 56.164 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000

Monte Carlo Sig. = 0.000

Contingency Coefficient = 0.351

4.2.1.36 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.002) แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก อย่างไรก็ตาม ทั้งนี้พบว่าผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีการกระจายตัวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ และผู้ที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งหมด

ตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมท่องเที่ยว/เรือกล้วย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9 4.6%	11 5.6%	53 26.9%	70 35.5%	54 27.4%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	3 4.2%	6 8.5%	16 22.5%	26 36.6%	20 28.2%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	8 9.9%	6 7.4%	23 28.4%	28 34.6%	16 19.8%	81 100.0%

30,001-45,000 บาท	1 2.8%	1 2.8%	10 27.8%	20 55.6%	4 11.1%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%		6 75.0%		1 12.5%	8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		3 42.9%	1 14.3%		3 42.9%	7 100.0%
รวม	22 5.5%	27 6.8%	109 27.2%	144 36.0%	98 24.5%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .39.

$$\chi^2 = 43.508 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.002

Monte Carlo Sig. = 0.002

Contingency Coefficient = 0.313

4.2.1.37 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.005) ทั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ที่ระดับ “น้อย” ถึง “มากที่สุด” อย่างชัดเจน ขณะที่กลุ่มรายได้อื่นๆ มีเจตคติกระจายตัวมากกว่า และผู้ที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงาน ประเพณี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1 .5%	9 4.6%	44 22.3%	95 48.2%	48 24.4%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	2 2.8%	1 1.4%	18 25.4%	28 39.4%	22 31.0%	71 100.0%

15,001-30,000 บาท	2 2.5%	4 4.9%	15 18.5%	36 44.4%	24 29.6%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท		2 5.6%	4 11.1%	20 55.6%	10 27.8%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท	1 12.5%	1 12.5%	1 12.5%	3 37.5%	2 25.0%	8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	2 28.6%		2 28.6%	1 14.3%	2 28.6%	7 100.0%
รวม	8 2.0%	17 4.2%	84 21.0%	183 45.8%	108 27.0%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

$$\chi^2 = 43.219 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.002 Monte Carlo Sig. = 0.005 Contingency Coefficient = 0.312

4.2.1.38 อาชีพ กับ เจตคติต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

เจตคติต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.152) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มแม่บ้าน-ว่างงาน (ร้อยละ 55.6) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มเกษตรกร (ร้อยละ 58.3) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

อาชีพ	เจตคติต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว		2 2.7%	14 19.2%	31 42.5%	26 35.6%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน		1	12	19	5	37

รัฐวิสาหกิจ		2.7%	32.4%	51.4%	13.5%	100.0%
พนักงานบริษัท			5 14.3%	17 48.6%	13 37.1%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน			2 22.2%	2 22.2%	5 55.6%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	1 0.5%	3 1.4%	55 24.9%	106 48.0%	56 25.3%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			1 50.0%	1 50.0%		2 100.0%
เกษตรกร	1 8.3%		1 8.3%	7 58.3%	3 25.0%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง		1 9.1%	3 27.3%	3 27.3%	4 36.4%	11 100.0%
รวม	2 0.5%	7 1.8%	93 23.2%	186 46.5%	112 28.0%	400 100.0%

26 cells (65.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 38.102 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.096 Monte Carlo Sig. = 0.152 Contingency Coefficient = 0.295

4.2.1.39 อาชีพ กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียด

เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูลรายละเอียดในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.152) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มแม่บ้าน-ว่างงาน (ร้อยละ 44.4) เจตคติในระดับ “มาก” และ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่ม ผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0) เท่ากัน

ตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และ ข้อมูลรายละเอียด

อาชีพ	เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล รายละเอียด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	ปาน กลาง	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว		4 5.5%	15 20.5%	32 43.8%	22 30.1%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4 10.8%	3 8.1%	7 18.9%	15 40.5%	8 21.6%	37 100.0%
พนักงานบริษัท		4 11.4%	6 17.1%	14 40.0%	11 31.4%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%	2 22.2%	2 22.2%	4 44.4%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	1 .5%	8 3.6%	62 28.1%	96 43.4%	54 24.4%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			1 50.0%	1 50.0%		2 100.0%
อาชีพ	เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล รายละเอียด					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	ปาน กลาง	มากที่สุด	
เกษตรกร		1 8.3%	2 16.7%	5 41.7%	4 33.3%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง		1 9.1%	4 36.4%	5 45.5%	1 9.1%	11 100.0%

รวม	5 1.2%	22 5.5%	99 24.8%	170 42.5%	104 26.0%	400 100.0%
-----	-----------	------------	-------------	--------------	--------------	---------------

26 cells (65.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 45.004 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.022 Monte Carlo Sig. = 0.058 Contingency Coefficient = 0.318

4.2.1.40 อาชีพ กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.938) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มแม่บ้าน-ว่างงาน (ร้อยละ 33.3) และเกษตรกร (ร้อยละ 33.3) เจตคติในระดับ “มาก” และ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0) เท่ากัน

ตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

อาชีพ	เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว	2 2.7%	4 5.5%	18 24.7%	29 39.7%	20 27.4%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 2.7%	4 10.8%	10 27.0%	16 43.2%	6 16.2%	37 100.0%
อาชีพ	เจตคติต่ออาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	มากที่สุด	
พนักงานบริษัท	1 2.9%	2 5.7%	8 22.9%	16 45.7%	8 22.9%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน	1 11.1%	1 11.1%	3 33.3%	1 11.1%	3 33.3%	9 100.0%

นักเรียน-นักศึกษา	2 .9%	15 6.8%	64 29.0%	84 38.0%	56 25.3%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			1 50.0%	1 50.0%		2 100.0%
เกษตรกร		1 8.3%	4 33.3%	3 25.0%	4 33.3%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง		1 9.1%	1 9.1%	6 54.5%	3 27.3%	11 100.0%
รวม	7 1.8%	28 7.0%	109 27.2%	156 39.0%	100 25.0%	400 100.0%

26 cells (65.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

$$\chi^2 = 17.188 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.945

Monte Carlo Sig. = 0.938

Contingency Coefficient = 0.203

4.2.1.41 อาชีพ กับ เจตคติต่อความสวยงามของทัศนียภาพ

เจตคติต่อความสวยงามของทัศนียภาพในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.365) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 100.0) และเกษตรกร (ร้อยละ 33.3) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษตรกร (ร้อยละ 41.7) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง (ร้อยละ 27.3)

ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อความสวยงามของทัศนียภาพ

อาชีพ	เจตคติต่อความสวยงามของทัศนียภาพ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว		2 2.7%	10 13.7%	27 37.0%	34 46.6%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			10 27.0%	13 35.1%	14 37.8%	37 100.0%
พนักงานบริษัท		1 2.9%	1 2.9%	13 37.1%	20 57.1%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%			8 88.9%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	1 .5%	6 2.7%	28 12.7%	78 35.3%	108 48.9%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ					2 100.0%	2 100.0%
เกษตรกร		1 8.3%	1 8.3%	5 41.7%	5 41.7%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง			3 27.3%	3 27.3%	5 45.5%	11 100.0%
รวม	1 .2%	11 2.8%	53 13.2%	139 34.8%	196 49.0%	400 100.0%

27 cells (67.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 27.360 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.499

Monte Carlo Sig. = 0.365

Contingency Coefficient = 0.253

4.2.1.42 อาชีพ กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น

เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.082) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มพนักงานบริษัท (ร้อยละ 74.3) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง (ร้อยละ 45.5) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนท้องถิ่น

อาชีพ	เจตคติต่อความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1 1.4%	2 2.7%	7 9.6%	25 34.2%	38 52.1%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			6 16.2%	13 35.1%	18 48.6%	37 100.0%
พนักงานบริษัท		1 2.9%	3 8.6%	5 14.3%	26 74.3%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%	1 11.1%	1 11.1%	6 66.7%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	4 1.8%	6 2.7%	30 13.6%	71 32.1%	110 49.8%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ		1 50.0%	1 50.0%			2 100.0%
เกษตรกร	1 8.3%			3 25.0%	8 66.7%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง			3 27.3%	5 45.5%	3 27.3%	11 100.0%

รวม	6	11	51	123	209	400
	1.5%	2.8%	12.8%	30.8%	52.2%	100.0%

27 cells (67.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 45.723 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.019

Monte Carlo Sig. = 0.082

Contingency Coefficient = 0.320

4.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กับ เจตคติด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กับ เจตคติด้านความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชมีดังต่อไปนี้

1. อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

สัมพันธ์กับ

เจตคติด้านภาพรวมของชุมชนบ้านท้องเนียน
 เจตคติด้านกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท้องเนียน
 เจตคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของ
 ชุมชนบ้านท้องเนียน

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สัมพันธ์กับ

เจตคติด้านค่าใช้จ่ายโดยรวมในชุมชนบ้านท้องเนียน
 เจตคติด้านราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม
 เจตคติด้านราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม

3. อาชีพ

สัมพันธ์กับ

เจตคติด้านการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 เจตคติด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น
 เจตคติด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น
 เจตคติด้านการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์

4.2.2.1 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.065) กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มความต้องการต่อการต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย แต่ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่าเจตคติระดับ “น้อย” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3) ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 22.0) กลุ่มผู้มีอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 100.0) และกลุ่มผู้มีอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 58.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว

อายุ	เจตคติต่อภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		2 .8%	43 17.8%	132 54.8%	64 26.6%	241 100.0%
25-34 ปี			5 11.1%	20 44.4%	20 44.4%	45 100.0%
35-44 ปี			5 10.2%	32 65.3%	12 24.5%	49 100.0%
45-54 ปี		1 2.0%	11 22.0%	24 48.0%	14 28.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1 8.3%		4 33.3%	7 58.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป				3 100.0%		3 100.0%
รวม		4 1.0%	64 16.0%	215 53.8%	117 29.2%	400 100.0%

11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 27.055$$

$$df = 15$$

Asymp. = 0.028 Monte Carlo Sig. = 0.065 Contingency Coefficient = 0.252

4.2.2.2 อายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยว

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.025) กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มความต้องการต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย แต่ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่าเจตติระดับเชิงลบ คือ ระดับ “น้อยที่สุด” และ “น้อย” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 8.3) และ 45-54 ปี (ร้อยละ 8.0) ตามลำดับ ขณะที่ระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 66.7) และกลุ่มผู้มีอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 58.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อกิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยว

อายุ	กิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี	1 .4%	1 .4%	64 26.6%	136 56.4%	39 16.2%	241 100.0%
25-34 ปี			7 15.6%	26 57.8%	12 26.7%	45 100.0%
35-44 ปี		2 4.1%	7 14.3%	25 51.0%	15 30.6%	49 100.0%
45-54 ปี		4 8.0%	11 22.0%	23 46.0%	12 24.0%	50 100.0%
55-64 ปี	1 8.3%			4 33.3%	7 58.3%	12 100.0%
64 ปีขึ้นไป			1 33.3%	2 66.7%		3 100.0%

รวม	2	7	90	216	85	400
	.5%	1.8%	22.5%	54.0%	21.2%	100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

$$\chi^2 = 54.972 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.025 Contingency Coefficient = 0.348

4.2.2.3 อายุนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของชุมชนบ้าน ท้องเนียน

อายุนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของชุมชนบ้านท้องเนียนอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.305) กล่าวคือ แต่ความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่า เจตคติระดับ “น้อย” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 2.0) ขณะที่เจตคติระดับ “ปานกลาง” “มาก” และ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดในกลุ่มผู้มีอายุ 64 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) กลุ่มผู้มีอายุ 55-64 ปี (ร้อยละ 75.0) และกลุ่มผู้มีอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 28.9) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุนักท่องเที่ยว กับ เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมของ ชุมชนบ้านท้องเนียน

อายุ	เจตคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของชุมชนบ้านท้องเนียน					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 25 ปี		6 2.5%	75 31.1%	117 48.5%	43 17.8%	241 100.0%
25-34 ปี		2 4.4%	11 24.4%	19 42.2%	13 28.9%	45 100.0%
35-44 ปี		2 4.1%	11 22.4%	29 59.2%	7 14.3%	49 100.0%
45-54 ปี	1 2.0%	3 6.0%	13 26.0%	25 50.0%	8 16.0%	50 100.0%
55-64 ปี		1		9	2	12

		8.3%		75.0%	16.7%	100.0%
64 ปีขึ้นไป			1 33.3%	2 66.7%		3 100.0%
รวม	1 .2%	14 3.5%	111 27.8%	201 50.2%	73 18.2%	400 100.0%

16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 21.799 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.352 Monte Carlo Sig. = 0.305 Contingency Coefficient = 0.227

4.2.2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.000) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มากที่สุด” ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “น้อย” ถึง “มาก” และกลุ่มผู้มีรายได้ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท		5 2.5%	67 34.0%	97 49.2%	28 14.2%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท			33 46.5%	28 39.4%	10 14.1%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท		4	25	35	17	81

		4.9%	30.9%	43.2%	21.0%	100.0%
30,001-45,000 บาท			13	14	9	36
			36.1%	38.9%	25.0%	100.0%
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมในชุมชน บ้านท่องเที่ยว					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
45,001-60,000 บาท		2	3	3		8
		25.0%	37.5%	37.5%		100.0%
60,001 บาทขึ้นไป		2	2	2	1	7
		28.6%	28.6%	28.6%	14.3%	100.0%
รวม		13	143	179	65	400
		3.2%	35.8%	44.8%	16.2%	100.0%

11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .23.

$$\chi^2 = 40.049 \quad df = 15$$

Asymp. = 0.000 Monte Carlo Sig. = 0.000 Contingency Coefficient = 0.302

4.2.2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเจตติราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.005) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “น้อย” ถึง “มากที่สุด” ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “น้อย” ถึง “มาก” และกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	1 .5%	11 5.6%	58 29.4%	91 46.2%	36 18.3%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท		2 2.8%	28 39.4%	28 39.4%	13 18.3%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	1 1.2%	1 1.2%	22 27.2%	35 43.2%	22 27.2%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท		1 2.8%	13 36.1%	15 41.7%	7 19.4%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท		1 12.5%	6 75.0%	1 12.5%		8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	2 28.6%	2 28.6%	1 14.3%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	3 .8%	18 4.5%	129 32.2%	171 42.8%	79 19.8%	400 100.0%

17 cells (56.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

$$\chi^2 = 46.651 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.001 Monte Carlo Sig. = 0.005 Contingency Coefficient = 0.323

4.2.2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.488) แต่มีความสัมพันธ์ไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 45,001-60,000 บาท มีเจตคติกระจุกตัวอยู่ในระดับ “น้อย” ถึง “มาก” อย่างชัดเจน และกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001-30,000 บาท มีเจตคติระดับ “มากที่สุด” สูงกว่ากลุ่มอื่นทั้งหมด

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับ เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เจตคติต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่า10,000 บาท	3 1.5%	14 7.1%	80 40.6%	73 37.1%	27 13.7%	197 100.0%
10,001-15,000 บาท	1 1.4%	7 9.9%	30 42.3%	24 33.8%	9 12.7%	71 100.0%
15,001-30,000 บาท	5 6.2%	3 3.7%	27 33.3%	33 40.7%	13 16.0%	81 100.0%
30,001-45,000 บาท	1 2.8%	2 5.6%	12 33.3%	16 44.4%	5 13.9%	36 100.0%
45,001-60,000 บาท		2 25.0%	3 37.5%	3 37.5%		8 100.0%
60,001 บาทขึ้นไป	1 14.3%	1 14.3%	3 42.9%	1 14.3%	1 14.3%	7 100.0%
รวม	11 2.8%	29 7.2%	155 38.8%	150 37.5%	55 13.8%	400 100.0%

15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .19.

$$\chi^2 = 19.535 \quad df = 20$$

Asymp. = 0.487 Monte Carlo Sig. = 0.488 Contingency Coefficient = 0.216

4.2.2.7 อาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.152) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มแม่บ้าน-ว่างงาน (ร้อยละ 33.3) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มเกษตรกร (ร้อยละ 58.3) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1 1.4%	1 1.4%	22 30.1%	33 45.2%	16 21.9%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3 8.1%	2 5.4%	17 45.9%	11 29.7%	4 10.8%	37 100.0%
พนักงานบริษัท		3 8.6%	5 14.3%	18 51.4%	9 25.7%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%	3 33.3%	2 22.2%	3 33.3%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	1 0.5%	10 4.5%	73 33.0%	101 45.7%	36 16.3%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			1 50.0%	1 50.0%		2 100.0%
เกษตรกร		1 8.3%	1 8.3%	7 58.3%	3 25.0%	12 100.0%
อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนของการท่องเที่ยวในประเทศไทย					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ถูกจ้าง/รับจ้าง			3 27.3%	6 54.5%	2 18.2%	11 100.0%
รวม	5 1.2%	18 4.5%	125 31.2%	179 44.8%	73 18.2%	400 100.0%

26 cells (65.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

$$\chi^2 = 38.065$$

$$df = 28$$

$$\text{Asymp.} = 0.097$$

$$\text{Monte Carlo Sig.} = 0.152$$

$$\text{Contingency Coefficient} = 0.295$$

4.2.2.8 อาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น

เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.205) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มเกษตรกร (ร้อยละ 41.7) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง (ร้อยละ 63.6) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น

อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว	-	4 5.5%	16 21.9%	39 53.4%	14 19.2%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 2.7%	2 5.4%	8 21.6%	16 43.2%	10 27.0%	37 100.0%
อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
พนักงานบริษัท		4 11.4%	7 20.0%	12 34.3%	12 34.3%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน			3 33.3%	3 33.3%	3 33.3%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา		10 4.5%	62 28.1%	94 42.5%	55 24.9%	221 100.0%

ผู้เกษียณอายุราชการ		1 50.0%	1 50.0%			2 100.0%
เกษตรกร		1 8.3%	1 8.3%	5 41.7%	5 41.7%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง			2 18.2%	7 63.6%	2 18.2%	11 100.0%
รวม	1 .2%	22 5.5%	100 25.0%	176 44.0%	101 25.2%	400 100.0%

26 cells (65.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 33.736 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.210 Monte Carlo Sig. = 0.205 Contingency Coefficient = 0.210

4.2.2.9 อาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น

เจตคติต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.395) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มแม่บ้าน-ว่างงาน (ร้อยละ 33.3) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มเกษตรกร (ร้อยละ 66.7) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ (ร้อยละ 100.0)

ตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น

อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว		5 6.8%	18 24.7%	32 43.8%	18 24.7%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 2.7%	4 10.8%	10 27.0%	13 35.1%	9 24.3%	37 100.0%

พนักงานบริษัท	1 2.9%	1 2.9%	7 20.0%	17 48.6%	9 25.7%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%	1 11.1%	4 44.4%	3 33.3%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา		9 4.1%	62 28.1%	110 49.8%	40 18.1%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			2 100.0%			2 100.0%
เกษตรกร			2 16.7%	8 66.7%	2 16.7%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง			4 36.4%	5 45.5%	2 18.2%	11 100.0%
รวม	2 .5%	20 5.0%	106 26.5%	189 47.2%	83 20.8%	400 100.0%

25 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

$$\chi^2 = 28.049 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.462

Monte Carlo Sig. = 0.395

Contingency Coefficient = 0.256

4.2.2.10 อาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์

เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์ในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างกันอย่าง
อย่างมีนัยสำคัญ (sig. = 0.708) กล่าวคือ เจตคติในระดับ “มากที่สุด” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่ม
พนักงานบริษัท (ร้อยละ 25.7) เจตคติในระดับ “มาก” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง
(ร้อยละ 54.5) และเจตคติในระดับ “ปานกลาง” มีความถี่สูงสุดอยู่ในกลุ่มผู้เกษียณอายุราชการ
(ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์

อาชีพ	เจตคติต่อการให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1 1.4%	4 5.5%	16 21.9%	34 46.6%	18 24.7%	73 100.0%
ข้าราชการ-พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2 5.4%	3 8.1%	12 32.4%	14 37.8%	6 16.2%	37 100.0%
พนักงานบริษัท	1 2.9%	4 11.4%	7 20.0%	14 40.0%	9 25.7%	35 100.0%
แม่บ้าน-ว่างงาน		1 11.1%	4 44.4%	3 33.3%	1 11.1%	9 100.0%
นักเรียน-นักศึกษา	3 1.4%	7 3.2%	75 33.9%	82 37.1%	54 24.4%	221 100.0%
ผู้เกษียณอายุราชการ			1 50.0%	1 50.0%		2 100.0%
เกษตรกร		2 16.7%	3 25.0%	4 33.3%	3 25.0%	12 100.0%
ลูกจ้าง/รับจ้าง		1 9.1%	3 27.3%	6 54.5%	1 9.1%	11 100.0%
รวม	7 1.8%	22 5.5%	121 30.2%	158 39.5%	92 23.0%	400 100.0%

27 cells (67.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

$$\chi^2 = 22.605 \quad df = 28$$

Asymp. = 0.753

Monte Carlo Sig. = 0.708

Contingency Coefficient = 0.231

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้องเนียน อ.ถนนม จ.นครศรีธรรมราช มีจุดเด่นที่สำคัญ

1. ความเข้มแข็งของชุมชนตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยที่ชุมชนมีความเอื้อเพื่อเอื้อแผ่ต่อกันและเกื้อกูลช่วยเหลือในการประกอบอาชีพที่มีความหลากหลาย โดยไม่ได้ยึดอาชีพประมงแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีอาชีพเสริมทางด้านเกษตร เช่น การทำสวน ทำไร่ ปลูกพืชหลากหลายชนิด สำหรับบริโภคในครอบครัว และเอื้อแผ่ซึ่งกันและกันในชุมชน รวมถึงเมื่อเหลือและส่งขายทำให้มีรายได้ตลอดปี
2. ในแง่การท่องเที่ยว การจัดตั้งโฮมสเตย์ชุมชนได้มีการดูงานตามสถานที่ต่างๆ หลากหลายพื้นที่และมีกิจกรรมร่วมศึกษา วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ในศักยภาพของชุมชนที่ตอบสนองต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. แหล่งท่องเที่ยวจุดเด่นที่สำคัญที่สุด ผุงปลาโลมา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เห็นค่อนข้างมาก
4. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่ค่อนข้างปลอดภัยจากพายุรุนแรง เนื่องจากมีเกาะใหญ่ เช่น เกาะสมุย เป็นตัวรับไว้ก่อน ฯ -

ข้อเสนอแนะ

1. จะต้องให้ความรู้กับชุมชนเกี่ยวกับพื้นฐานการท่องเที่ยว การบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยการอบรมสัมมนา และดูงานตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ
2. ปรับโครงสร้างทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ถนนที่มีคุณภาพกว้างขวางพอที่จะบรรทุกนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้
3. ปรับปรุงป้ายเพื่อบอกแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและมีจำนวนมากพอและสังเกตได้ง่าย
4. พัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เข้มแข็งมากขึ้น
5. ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกัน ยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนตามวิถีแห่งเศรษฐกิจพอเพียง โดยการสนับสนุนขององค์กรดังกล่าวได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ปี 2538-2539. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด , 2538.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. ประวัติการเมืองไทย. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด, 2538
- ชาย เสวีกุล. อาชญาวิทยาและทัณฑ์วิทยา. นครหลวงกรุงเทพธนบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2512.
- ฉกาจ ราชบุรี, ผศ. และคณะ. ความรู้และเจตคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร, 2549.
- ดวงพร โรจน์เจริญวัฒนา. “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2543.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. การวัดทัศนคติเพื่อทำนายพฤติกรรม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2523.
- ทักษิณา นิยมลรัตน. “ทัศนคติของชาวไทยอายุ 20-29 ปีต่อแหล่งท่องเที่ยวไทย”. จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 14 เล่ม 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2538)
- ทิตยา สุวรรณชะภู. สังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2527.
- นภคล กรุดนาค. “การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีหมู่เกาะพีพีจังหวัดกระบี่”. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2541.
- ปนัดดา ภักดีภูวดล. “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลภูเก็ตไทย”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน”. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต(สังคมวิทยา) คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

- วรรณพร วณิชชานุกร. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : Ecotourism. กรุงเทพมหานคร : กองวิชาการ และฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.
- วิจิตรา ชัยศรี. “ทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน”. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- ศกลวรรณ พาเรือง. “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศรัณย์ สิงห์ทน. “ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของผู้บริหารในการเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. “รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2540.
- สันติ แสงเจริญ. “ผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อแรงงานท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนพื้นที่สูง จังหวัดกาญจนบุรี”. สารนิพนธ์ สาขาพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สุชา จันทร์เอม และ สุรางค์ จันทร์เอม. คู่มือจิตวิทยาการศึกษา(ฉบับเสริมทักษะ). กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, 2519.
- สุชาดา วรรณะมานี. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) กับการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

Good , Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw – Hill , 1973.

Hilgard , Ernest R. Psychology. New York : Harcourt race Javanovich Inc. , 1970.

Openheim , A. N. Questionnaire Design and Attitude Measurement. New York : Basic Book Inc., 1966.

Rokeach , Milton. Beliefs , Attitudes and Values. San Francisco : jossey Bass Inc., 1970.

Triandis , Harry C. Attitude and Attituse Change. New York : john Wiley & Sons Inc., 1971.

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน

กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้รับผิดชอบ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ประยุกต์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

.....

แบบสอบถามประกอบไปด้วย 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ด้านความต้องการที่มีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท้องเนียนในอนาคต

ส่วนที่ 5 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวชุมชนบ้านท้องเนียน

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | |
|------|----------------------------------------|-------------------------------------|
| เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| อายุ | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 25 ปี | <input type="checkbox"/> 25 - 34 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 35 - 44 ปี | <input type="checkbox"/> 45 - 54 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 55 - 64 ปี | <input type="checkbox"/> 55 - 64 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 64 ปี ขึ้นไป | |

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | | |
|--------------------------|------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> | ต่ำกว่า 10,000 | บาท |
| <input type="checkbox"/> | 10,000 - 15,000 | บาท |
| <input type="checkbox"/> | 15,001 - 30,000 | บาท |
| <input type="checkbox"/> | 30,001 - 45,000 | บาท |
| <input type="checkbox"/> | 45,001 - 60,000 | บาท |
| <input type="checkbox"/> | 60,001 บาทขึ้นไป | |

อาชีพของท่าน

- ประกอบอาชีพส่วนตัว
- ข้าราชการ - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัท
- แม่บ้าน - ว่างาน
- นักเรียน - นักศึกษา
- ผู้เกษียณอายุราชการ
- เกษตรกร
- ลูกจ้าง/รับจ้าง

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจากแหล่งใด

- กรุงเทพมหานคร
- ภาคเหนือ
- ภาคกลาง
- ภาคตะวันออก
- ภาคใต้
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ปกติที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวจำนวน

- น้อยกว่า 3 วัน
- 3 - 7 วัน
- 7 - 15 วัน
- มากกว่า 15 วัน

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- รถโดยสารประจำทาง
- รถยนต์ส่วนตัว
- รถจักรยานยนต์
- รถบัส / รถตู้ของบริษัททัวร์
- อื่น ๆ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- ต่ำกว่า 1,000 บาท
- 1,001 - 1,500 บาท
- 1,501 - 2,000 บาท
- 2,001 - 2,500 บาท
- 2,501 - 3,000 บาท
- 3,001 บาท ขึ้นไป

ลักษณะการเดินทางของท่านในครั้งนี้

- เดินทางมาเอง
- ชื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่จัดการเดินทางมาเอง
- ชื้อทัวร์ /ทัศนอาจรที่มีคฤทศก์ดูแล
- หน่วยงาน/ องค์กร /บริษัท จัดให้เดินทาง
- เพื่อนจัดให้ /ญาติจัดให้เดินทาง

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

- เพื่อการพักผ่อน
- เพื่อประกอบธุรกิจ
- เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ
- เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์
- เพื่อเยี่ยมญาติ
- บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว

การเดินทางมายังชุมชนบ้านท่องเที่ยว

- มาเป็นครั้งแรก
- มาเป็นครั้งที่ 2
- มาเป็นครั้งที่ 3
- มาเป็นครั้งที่ 4 ขึ้นไป

ผู้ร่วมเดินทางของท่านในครั้งนี

- เดินทางครั้งเดียว
- มากับญาติหรือคนในครอบครัว
- มากับเพื่อน

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร

ปกติท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากการสื่อสารโทรทัศน์บ่อยเพียงใด

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นานๆ ครั้ง
- ไม่เคย

ปกติท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุบ่อยเพียงใด

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นานๆ ครั้ง
- ไม่เคย

ปกติท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อหนังสือพิมพ์บ่อยเพียงใด

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นานๆ ครั้ง
- ไม่เคย

ปกติท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ตบ่อยเพียงใด

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นานๆ ครั้ง
- ไม่เคย

ปกติท่านรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อใดบ้าง

- ทุกวัน
- เกือบทุกวัน
- นานๆ ครั้ง
- ไม่เคย

ท่านเคยรับข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท่องเที่ยวเนียบมาก่อนหรือไม่

- เคย
- ไม่เคย (ข้ามไปทำส่วนที่4)

ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนบ้านท่องเที่ยวเนียบจากแหล่งใด

- โทรทัศน์
- วิทยุ
- หนังสือพิมพ์
- วารสาร/นิตสาร
- เพื่อน/ญาติ
- เว็บไซต์
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**ส่วนที่ 4 ความต้องการที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อชุมชนบ้านท่องเที่ยวเนียบ อำเภอชนอม
จังหวัดนครศรีธรรมราช**

- 5 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความต้องการมาก
- 3 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

หัวข้อความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความชัดเจนของการแบ่งพื้นที่					
2. บันไดลงสู่ชายหาด					
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย					
4. คุณภาพของน้ำบริเวณชายหาด					
5. ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม – อื่นๆ					

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
6. ระบบไฟฟ้า					
7. น้ำประปา สาธารณะ					
8. ถังขยะบริเวณชายหาด					
9. โทรศัพท์สาธารณะ					
10. สถานที่จอดรถ					
11. ชุมน้ำดื่มและเครื่องดื่ม					
12. ชุมน้ำดื่มของที่ระลึก					
13. ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ					
14. ศาลา ชุมน้ำดื่มพักผ่อน					
15. เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด					
16. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก-แผนที่และข้อมูล รายละเอียด					
17. บริเวณที่ตั้งแผงลอยหาบเร่					
18. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว					

19. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
20. บริการมัคคุเทศก์					
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
21. ความสวยงามของทัศนียภาพ					
22. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
23. ความเป็นไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
24. กิจกรรม เล่นน้ำ/เช่าห่วงยาง					
25. กิจกรรมท่องเที่ยว/ขี่ม้า					
26. กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด					
27. กิจกรรมฟุตบอลชายหาด					
28. กิจกรรมอาบแดด					
29. กิจกรรมพายเรือแคนู					
30. กิจกรรมเรือลากชูชีพ					
31. กิจกรรมสกีน้ำ					
32. กิจกรรมท่องเที่ยว/ล่องเรือ					
33. กิจกรรมท่องเที่ยว-เรือกล้วย (Banana-Boat)					

34. กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี					
ด้านสวัสดิการและความปลอดภัย					
35. การติดป้ายเตือนและช่วงเวลาอันตราย					
36. การแบ่งพื้นที่และแสดงช่วงเวลาอันตราย					
37. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ					
38. มีสัญญาณเตือนภัยที่ใช้การได้					

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้องเนียน
อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

หัวข้อความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
แหล่งท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์					
1.ภาพรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว					
2.กิจกรรมโดยรวมในชุมชนบ้านท่องเที่ยว					
3.การเข้าถึงหาดทรายของบ้านท่องเที่ยว					
4.สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว					
5.เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นที่หาดทรายของชุมชน					
6.ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมของชุมชนบ้านท่องเที่ยว					
7.ราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
8.ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม เช่นเช่าห่วงยาง จั๊ม					
9.การให้ข้อมูลของชุมชนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
10.การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น					
11.การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการในท้องถิ่น					
12.การให้ข้อมูลชุมชนในเว็บไซต์					
การส่งเสริมการตลาด					
13.เนื้อหาของสื่อเกี่ยวกับชุมชนมีความน่าสนใจ					
14.การประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง					
15.การจัดงานต่างๆในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					

