

ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

นายศราวุฒิ วัชรະปັນตี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม (สหสาขาวิชา)
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2552
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CULTURAL RELATED ATTITUDE AND BEHAVIOR OF OVERSEAS TOURIST
STAYING AT KHAO SAN AREA

Mr.Saravudhi Vajrapanti

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Cultural Management

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน
กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณ
ถนนข้าวสาร

โดย

นายศราวุฒิ วัชรະบัณฑิต


สาขาวิชา

การจัดการทางวัฒนธรรม

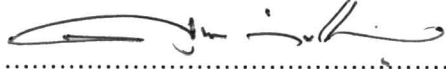
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


อาจารย์ ดร.พินิจมดี เกตะวันดี


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

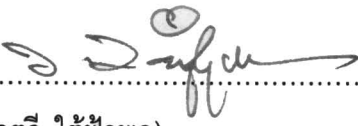

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ เปี่ยมสมบูรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.พินิจมดี เกตะวันดี)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิ)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล)

ศรารุณี วัชรบัณฑิต : ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร.
 (CULTURAL RELATED ATTITUDE AND BEHAVIOR OF OVERSEAS
 TOURIST STAYING AT KHAO SAN AREA) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก :
 อาจารย์ ดร. พันธุ์มดี เกตะวันดี, 133 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พักบริเวณถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่มใช้ t-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ F-test สำหรับการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของ F-test ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสนใจมากใน อาหารไทย วัด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หากจำแนกตามเพศและอายุ พบว่าเพศหญิงมีความสนใจในแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตไทย และหัตถศิลป์และพิพิธภัณฑ์มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 21-30 ปี มีความสนใจต่อการท่องเที่ยวด้านกีฬาไทยมากกว่าช่วงอายุอื่น จากการได้ท่องเที่ยวในครั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นด้วยในระดับมากกว่า ได้รู้จักอาหารไทยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนรู้วัฒนธรรมไทยมาก่อน มีการวางแผนการท่องเที่ยว เดินทางมาเป็นครั้งแรกและมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 คืน สถานที่และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ท่องเที่ยวหรือมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ วิถีชีวิตไทย การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา หากจำแนกตามอายุ สัญชาติ การเรียนรู้วัฒนธรรมไทย จำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และระยะเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้วนั้น พบว่ามีความสอดคล้องกัน ผลจากการศึกษาครั้งนี้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผน นโยบายส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ประยุกต์หรือปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตไทย การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยจากพิพิธภัณฑ์ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี

สาขาวิชา.....การจัดการทางวัฒนธรรม.....ลายมือชื่อ..... ศรารุณี วัชรบัณฑิต.....

ปีการศึกษา..... 2552.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... พันธุ์มดี เกตะวันดี.....

4989252520 : MAJOR CULTURAL MANAGEMENT

KEYWORDS : CULTURAL TOURIST / KHAO SAN

SARAVUDHI VAJRAPANTI : CULTURAL RELATED ATTITUDE AND BEHAVIOR OF OVERSEAS TOURIST STAYING AT KHAO SAN AREA .

THESIS ADVISOR : PUNTHUMADEE KATAWANDEE,Ph.D, 133 pp.

This research aimed at studying primary information of cultural related attitudes and behaviors of oversea tourists staying in the area of Khao San Road, Bangkok. The research equipment was a questionnaire and the sampling group was 400 tourists staying at Khao San Road. The data analysis was conducted through percentage, mean, and standard deviation. T-test was used for a test on the difference of two population groups while F-test was for the difference of more than three population groups and Least Significant Difference (LSD) was used for the test on the pair difference of F-test

The findings revealed that the sampling tourists expressed a high attention to Thai cuisine, temples and historical attractions. Based on gender and age, it was found that female tourists paid more attention to Thai lifestyle, art galleries and museums than male tourists. On the other hand, the tourists of age between 21 - 30 were interested in Thai sports than others. The sampling tourists additionally showed that they learned more about Thai food than they had known before. Moreover, most of them realized that Khao San Road is a part of the cultural tourism. Furthermore, most of the sampling tourists were first time travelers to Bangkok who were unaware of Thai culture, but prepared advanced travel plans and planned to stay 1-3 days at this place. The tourist attractions and activities prioritized on Thai lifestyle, traveling to sacred places and historical sites as well as participating in the Thai massage and spa. Focusing on nationality, age, Thai cultural awareness, number of trips to Bangkok, and duration of touring, it was discovered that the they were consistent. Subsequently, this study can be a useful source for government and private sectors as they can use information containing in this research as the basic foundation for policy making on the promotion and development of cultural related tourism policy to apply or improve touring patterns, programs, as well as cultural touring routes in order to appropriately respond to the needs of oversea tourists. This also includes the promotion of Thai lifestyle related tourism, the learning of Thai culture from museums, and organizing cultural related tour programs for oversea tourists of 20 -30 years of age.

Field of Study : Cultural Management

Student's Signature Saravudhi Vajrapanti

Academic Year : 2009

Advisor's Signature Punthumadee Katanadee

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยพรหมวิหารธรรม ความอดทน และการเสียสละเวลาของ อาจารย์ ดร.พันธุเมธี เกตะวันดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่คอยอบรม สั่งสอน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำต่อผู้เขียนซึ่งไม่สามารถประมาณค่าได้ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัชชิตี ดร.ธาดารี ใต้ฟ้าพูล ที่กรุณาอ่านงานของผู้เขียนและชี้แนะแนวทางปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลงได้หากขาดความช่วยเหลือจาก ดร.ชัชพล ไชยพร อาจารย์เสาวคนธ์ ภูมมาลี คุณอรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงษ์ คุณปวีรีศา นุทธนู คุณธนพล สุขมันัธธรรม คุณธัญยวรวรรณ เฉลิมพัฒน์สุข คุณประสิทธิ์ชัย เดชขำ คุณจรีพรรณ ปิยะพสุนทรา คุณหทัยทิพย์ วันดี คุณทัศนีย์ ธีระวงศ์ไพศาล คุณบรรยง บาลมงคล คุณวันทนา ฉิมบ้านดอน คุณวิมล งามยิ่งยวด คุณพรหมวิหาร บำรุงถิ่น คุณผการัตน์ ราชภูรินทร์ คุณประยงค์ จีงกาญจนา คุณชัชวรมณี บุญเทพ คุณปิยะณัฐ โพธิ์มัด และบุคลากรศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจ-บัณฑิตย์ทุกท่าน

ผู้เขียนรู้สึกเป็นโชคมหาศาลอย่างยิ่งที่มีกัลยาณมิตรที่คอยเกื้อหนุนชี้แนะ และเป็นกำลังใจเสมอมา ได้แก่ เพื่อนกัลยาณิศรัทธมราช เพื่อนมหาวิทยาลัยทักษิณ นักศึกษาไทยศึกษา รุ่นที่ 7 มหาวิทยาลัยรามคำแหง นิสิตหลักสูตรวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม (รุ่นที่2)

คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บุปการี คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้เขียนขอกราบแทบเท้าบุพการีผู้ให้ชีวิต แนวคิด และทุกสิ่งทุกอย่างของลูก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
คำถามในการวิจัย.....	10
ขอบเขตการศึกษา.....	11
นิยามศัพท์.....	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	37
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	39
ความรู้เกี่ยวกับถนนข้าวสาร.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์.....	61

บทที่	หน้า
ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร.....	68
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร.....	94
ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว.....	111
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	112
สรุปผลการวิจัย.....	112
อภิปรายผลการวิจัย.....	115
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	120
ประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	122
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	122
รายการอ้างอิง.....	123
ภาคผนวก.....	126
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	133

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ.....	64
2	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับอายุ.....	65
3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสัญชาติ.....	65
4	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับการศึกษา.....	66
5	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสถานภาพ.....	66
6	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับรายได้.....	67
7	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอาชีพ.....	67
8	แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	68
9	แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ....	69
10	แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ...	70
11	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านความสนใจกีฬาไทยโดยจำแนกตามช่วงอายุ.....	71
12	แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ.....	72
13	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ...	73
14	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านประเพณีไทยและเทศกาล จำแนกตามสถานภาพ.....	74
15	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร.....	75
16	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	76
17	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	78
18	ค่าเฉลี่ยรายคู่ความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น จำแนกตามอายุ.....	80

สารบัญญัตราสาร(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติ.....	81
20	ค่าเฉลี่ยรายคู่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในประเด็นกรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ จำแนกตามสัญชาติ.....	84
21	ค่าเฉลี่ยรายคู่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในประเด็นกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตามสัญชาติ.....	85
22	ค่าเฉลี่ยรายคู่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในประเด็นกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ จำแนกตามสัญชาติ.....	86
23	แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา.....	87
24	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ จำแนกตามการศึกษา.....	89
25	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตามการศึกษา.....	89
26	ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตามการศึกษา.....	90
27	แสดงความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	91
28	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร.....	92
29	แสดงประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชื่นชอบมากที่สุด.....	92
30	แสดงประเภทของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย.....	93
31	แสดงข้อมูลจุดประสงค์หลักในการเดินทางในท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	94

สารบัญดาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
32	แสดงพฤติกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยก่อนมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	95
33	แสดงข้อมูลของการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	95
34	แสดงข้อมูลจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	96
35	แสดงข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถึงระยะเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	96
36	แสดงข้อมูลผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	97
37	แสดงแหล่งในการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อนการเดินทางท่องเที่ยว.....	98
38	แสดงเหตุผลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	99
39	แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	100
40	แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.....	100
41	แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว.....	103
42	แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตาม ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	105
43	แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว	107
44	แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย.....	108
45	แสดงข้อมูลการทำกิจกรรมในยามค่ำคืนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	109
46	แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยจากการพูดคุยกับคนไทย.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
47	แสดงว่าจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มีความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมไทยเพิ่มมากขึ้น.....	110
48	แสดงความต้องการกลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.	110
49	แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร.....	111

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่ถนนข้าวสาร	54

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนมีงานมีรายได้ เป็นผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาคท้องถิ่นต่างๆ อันเป็นการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติให้เกิดสันติภาพและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้เองประเทศต่างๆ จึงพยายามดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนให้มากที่สุด เพื่อที่จะเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวสวยงาม และมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล

ความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติ เป็นสิ่งที่ท้าทายเพื่อนมนุษย์ให้สนใจใคร่รู้ ใคร่เห็นถึงความต่างนั้นๆ และได้กระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้ในวัฒนธรรมของชนชาติอื่น เพื่อสร้างสมประสบการณ์ชีวิตของตนเอง นอกเหนือจากการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เป็นความต้องการในรูปแบบที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ขึ้น ดังนั้น ประเทศต่างๆ ทั่วโลก จึงได้อาศัยเอกลักษณ์ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของ ชนชาติเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ มีการนำเสนอวัฒนธรรมของตนให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ คุณค่าของ ความสำเร็จรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีตไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ตลอดจนองค์ประกอบทางวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชนกลุ่มต่างๆ การละเล่น พิธีกรรม ศิลปะ ดนตรี หัตถกรรม จึงเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์มากขึ้น

ในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นหรือวัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตัวเอง และสิ่งสำคัญประการแรกของการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาทั้งประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของคนในชาติ วัฒนธรรมความคิด ความเชื่อของคนในอดีต ซึ่งทำให้ทราบถึงแรงบันดาลใจในการสร้างสถาปัตยกรรมที่ยิ่งใหญ่ นอกจากนี้ ยังเป็นการเรียนรู้สิ่งที่เป็นวิถีชีวิตปัจจุบัน ทั้งภาษา วัฒนธรรม อาหาร ความเป็นอยู่ของท้องถิ่น ที่ไปเยือนก็เป็นเรื่องจำเป็นเช่นกัน

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความหมายครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี การท่องเที่ยวทางศาสนา การท่องเที่ยวกิจกรรมประเพณี ตลอดจนถึงการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการศึกษาของคณาจารย์ทางด้านวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของศิลปกรรม สถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้ ล้วนมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องอยู่ทั้งสิ้น เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากมนุษย์ อาจเกิดจากความเชื่อ ความศรัทธา ที่เกิดจากภูมิปัญญา การคิดค้นหาวิธีการดำรงชีพ การอยู่ร่วมกันของคนในสังคม และการดำเนินชีวิตประจำวันของชุมชน การศึกษาเรื่องราวเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้เกิดแนวคิดและมีการจัดการองค์ความรู้ การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบขึ้น เพื่อเป็นแบบอย่างสำหรับการจัดการท่องเที่ยวให้ประเทศต่างๆ เพื่อการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมไว้ให้แก่ประเทศไทย และเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตลอดไป (สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, 2545: 62 – 63)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นอกจากจะต้องให้ความสนใจในการจัดการวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อการนำเสนอให้เกิดคุณค่าสูงสุดแล้ว ควรต้องคำนึงถึงนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมด้วยเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว รู้เขารู้เรา คือ การจัดการให้เกิดความพึงพอใจสำหรับทุกคน การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงควรเป็นการจัดการทั้งเพื่อการนำเสนอการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และการดูแลรับผิดชอบนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุขและมีความพึงพอใจที่สามารถผสานวัฒนธรรมที่แตกต่างกันให้เข้ามาใกล้ชิด สร้างความเป็นมิตรไมตรีให้กันและกันได้ทั่วทุกคน (สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, 2545: 63)

จากแนวทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสามารถตอบสนองแนวทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างดี ซึ่งในแต่ละภูมิภาคมีเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่โดดเด่นไม่ซ้ำกัน และยังสามารถยกย่องความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นได้ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัดอีกด้วย และหนึ่งในนั้นกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงโดยเฉพาะชุมชน

บางลำพูย่านถนนข้าวสาร ที่มีประวัติศาสตร์เก่าแก่ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นแหล่งกำเนิดกิจกรรมทางการค้า เศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองในอดีต จึงนับว่าย่านดังกล่าวเป็นแหล่งรวมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมครอบคลุมทุกด้านและมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เพียบพร้อม มีความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิตท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม (วิมลสิริ เหมทานนท์, 2546: 5-6)

จากกรอบนโยบายรัฐบาลได้เน้นแผนการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2552 ได้ถูกจัดทำขึ้นจากกรอบนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์หลักที่เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพ และยั่งยืน ทั้งในมิติ “มูลค่า” และ “คุณค่า” รวมถึง “สะดวก สะอาด ปลอดภัย” และให้เอกลักษณ์ที่ชัดเจนง่ายต่อการรับรู้ จุดจำในลักษณะกลุ่มพื้นที่ (Cluster)

อีกทั้ง กรอบนโยบายคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เชื่อมโยงกลุ่มพื้นที่ (Cluster) และแผนวิสาหกิจ ททท. (ปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2554) ในการดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ โดยสร้างความแตกต่างในจุดขาย ประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการตลาดใหม่ๆ และพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเชิง กลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดในปี พ.ศ. 2552 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเน้น การสร้างกระแสการเดินทางทั้งตลาดต่างประเทศ และในประเทศให้เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้ กลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล ผสมรวมกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ โดยมีแนวทางการดำเนินงานสร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความร่วมมือสนับสนุนปีท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่ง 1 ใน 7 หมวดนั้น ได้แก่ Treasures : Land of Heritage and History เป็นการนำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติ และพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ อาทิ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ฯลฯ ผสมกับการตอกย้ำจุดแข็งในด้านภาพลักษณ์มิตรไมตรี และสีส้มของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ภายใต้การชูจุดขายภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภาค ซึ่งกรุงเทพมหานคร ได้เป็นหนึ่งในสินค้าหลัก โดยให้ กรุงเทพมหานคร มีบทบาทในแนวทางการ ชูภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) นำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิม ที่แฝงอยู่ในชีวิตทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบัน

จากนโยบายดังกล่าว จึงส่งผลให้กรุงเทพมหานคร มีการตื่นตัวทางการพัฒนา กรุงเทพมหานคร ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้สอดคล้องตามกรอบนโยบาย โดยมีการจัดตั้งแผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2552 โดยสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล ได้ใช้แผนบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ช่วง 4 ปีแรก (พ.ศ. 2552 - พ.ศ.2555) ประกอบกับนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (ม.ร.ว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการ เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางภูมิภาค อีกทั้งยังมียุทธศาสตร์ที่ต้องการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการเสริมสร้างเสน่ห์กรุงเทพมหานคร และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) พัฒนาพื้นที่ลักษณะพิเศษต่างๆ เช่น พื้นที่อนุรักษประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม 2) บูรณะฟื้นฟูเมืองและเสริมสร้างภูมิทัศน์เมือง 3) อนุรักษ์ พื้นที่ฟู และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรทางศาสนา ในการสร้างเสน่ห์กรุงเทพมหานคร ให้เป็นเมืองแห่งศาสนา มีหน่วยงานรับผิดชอบ ได้แก่ สำนักผังเมือง (สผม.) และสำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว (สวท.)

กรอบแนวทางการพัฒนากรุงเทพมหานคร ได้มีทิศทางดังกล่าวนี้ อันเนื่องมาจากกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีเมืองเก่าในเขตชั้นใน ที่เป็นศูนย์รวมของสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ รวมไปถึงย่านพาณิชย์กรรมเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่สมัยอดีต จากการที่เป็นเมืองเก่าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ยาวนานมาถึง 226 ปี ปัจจุบันเกาะรัตนโกสินทร์ยังเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนพิธีต่างๆ โดยที่มืองค์ประกอบของพื้นที่เป็นตัวช่วยส่งเสริมบรรยากาศของกิจกรรมประเพณี เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งซึ่งช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เกาะรัตนโกสินทร์จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวอย่างมากมาย จึงเห็นได้ว่าเกาะกรุงรัตนโกสินทร์เป็นพื้นที่ศูนย์กลางเมืองที่มีบรรยากาศของย่านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

จากการที่แผนแม่บทกรุงรัตนโกสินทร์ จากโครงการที่ดำเนินการโดยฝ่ายวางแผนปรับปรุงฟื้นฟูเมือง มุ่งเน้นถึงการอนุรักษ์เป็นหลักสำคัญ ด้วยพิจารณาเห็นว่าบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ได้มีการพัฒนาต่างๆ ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพแวดล้อมและโบราณสถาน อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกระแสความนิยมด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีสูงขึ้น กำลังเป็นที่

สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเป็นอย่างมาก จึงทำให้พื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์เป็นพื้นที่เป้าหมายที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ จึงพิจารณาเพิ่มเติมให้เป็นแหล่งค้นคว้า เรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ และเน้นในเรื่องของการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งกรุงเทพมหานครได้พัฒนาส่วนอื่นๆ ภายในกรุงรัตนโกสินทร์และพื้นที่เกี่ยวเนื่อง ให้อยู่ในแนวทางที่จะส่งเสริมให้เป็นบริเวณเมืองเก่าที่มีคุณค่า ซึ่งได้มีการดำเนินการปรับปรุงบริเวณต่างๆ

วัตถุประสงค์และแนวนโยบาย ที่คณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ และเมืองเก่าเดิม ยึดถือเป็นหลัก ในการดำเนินงานเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ มาโดยตลอดระยะเวลา กว่า 20 ปีที่ผ่านมาคือ การส่งเสริมให้มีพื้นที่โล่งว่าง สีเขียว การอนุรักษ์โบราณสถาน และสถาปัตยกรรม ที่มีคุณค่า ทางประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรม และ การลดความหนาแน่น แออัด ของสถานที่ และ การจรรยา นโยบายนี้ ได้นำไปสู่การกำหนดมาตรการควบคุมการก่อสร้างและกิจกรรมต่างๆ ในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ที่สำคัญ รวมไปถึงแหล่งที่พักภายในกรุงเทพมหานคร สำหรับสถานการณ์ที่พักแรมในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 313 แห่ง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ถึงร้อยละ 20.85 จะเห็นได้ว่ามีอัตราการเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 105.88 รองลงมาเป็นราคาตั้งแต่ 500-999 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.44 มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 60,924 ห้อง จะสังเกตได้ว่าอัตราการขยายตัวของห้องพักเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และพักแรมในราคาถูก ซึ่งจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อต่ำ เช่น นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น จึงส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 63.14 มีผู้เข้าพักแรมเป็นชาวต่างชาติมีสัดส่วนการเข้าพักร้อยละ 80.12 และมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.92 ซึ่งสามารถแยกเป็นสัญชาติหลัก ๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ จากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการเดินทางภายในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กฤตยา จันทร์โพธิ์ศรี, 2549: 32)ผนวกกับการประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2525 เป็นปีที่มีการฉลองกรุงเทพมหานครครบรอบ 200 ปี ทำให้ย่านข้าวสาร ซึ่งอยู่ติดกับเขตพระบรมมหาราชวัง และอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ กลายเป็นสถานที่ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงนักท่องเที่ยวแบบประหยัดมาเที่ยวมากขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวแบบประหยัด ยังคงเดินทางเข้ามาพักเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้ธุรกิจที่พักแบบประหยัด (Guesthouse) เกิดเป็นธุรกิจขึ้นอย่างเต็มตัว มีการขยายตัวเป็นจำนวนมากทางด้านการใช้ที่ว่างอย่างรวดเร็ว แต่เนื่องจากพื้นที่ว่างเพื่อการพัฒนาค่อนข้าง

จำกัด การใช้ที่ว่างสำหรับธุรกิจที่พักแบบประหยัด (Guesthouse) จึงได้ขยายออกสู่อาคารพาณิชย์ มีทั้งรื้ออาคารเก่าริมถนนข้าวสารดัดแปลงอาคารพาณิชย์เดิมเป็นที่พักแบบประหยัด (Guesthouse) หรือแม้กระทั่งปรับปรุงอาคารพาณิชย์ด้านบน แบ่งห้องเป็นที่พักให้นักท่องเที่ยวเช่า โดยชั้นล่างยังคงทำการค้า ซึ่งเกิดขึ้นตามมาอย่างมากมาย แต่การขยายตัวของที่พักแบบประหยัด (Guesthouse) ไม่เพียงเกิดขึ้นแคริมถนนข้าวสารเท่านั้น มีการกระจายตัวไปทางด้านหลังของถนนข้าวสารด้วย รวมทั้งมีการรื้อกลุ่มบ้านพักอาศัยเพื่อสร้างเป็นที่พักแบบประหยัด (Guesthouse) ที่มีขนาดใหญ่ ความจุมากกว่า 20 ห้องขึ้นไป ดังนั้น การใช้ที่ว่างบนถนนข้าวสารซึ่งอยู่บนเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นนอกและการที่ถนนข้าวสารอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ประกอบกับ ถนนข้าวสารมีความสำคัญในลักษณะความเป็นย่านเก่าและเป็นแหล่งที่พักแบบประหยัด อยู่ใกล้แหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ รวมทั้งยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญในบริบทของเมือง ทำให้ถนนข้าวสารเป็นบริเวณพื้นที่ศึกษาที่ได้รับการผ่อนผันในการก่อสร้าง เพื่อการพัฒนาพื้นที่ให้สามารถรองรับเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต

ในด้านนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณถนนข้าวสารนั้น ในระยะแรกราว พ.ศ. 2475 ผู้ที่เข้าพักอาศัยในเกสต์เฮาส์ย่านถนนข้าวสาร จะเป็นข้าราชการที่เข้ามาติดต่อราชการใน ส่วนกลางหรือ พ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาติดต่อค้าขายในเมืองหลวง ในช่วงต่อมาราว พ.ศ. 2522 ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวย่านถนนข้าวสารจะเป็นกลุ่ม ฮิปปี ต่อมาจึงเป็นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและประเทศในยุโรปเสียเป็นส่วนใหญ่ และในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ราว พ.ศ. 2540 นักท่องเที่ยวชาวเอเชียอย่างญี่ปุ่นเริ่มหลังไหลเข้ามารวมทั้งการท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คก็เริ่มเป็นที่นิยมในประเทศ ญี่ปุ่น และจากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงปลาย พ.ศ. 2543 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาที่ถนนข้าวสารเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ ชาวญี่ปุ่น รองลงมาได้แก่ ชาวเยอรมัน และอังกฤษ

ต่อมา พ.ศ. 2542 – 2545 เรื่องราวของถนนข้าวสารได้เริ่มถูกเผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเวปไซด์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นเวปไซด์ต่างประเทศโดยมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่พักราคาถูก สถานที่ท่องเที่ยวรอบเกาะกรุงรัตนโกสินทร์ การท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ทำให้ถนนข้าวสารเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากยิ่งขึ้น (กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์, 2545: 59) ส่งผลให้เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว 10,061,950 คน อัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.66 มีวันพักเฉลี่ย 7.93 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,747.87 บาท (เสรี วังสีไพจิตรและคณะ, 2547: 99)

ใน พ.ศ. 2545 มีการสำรวจโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าที่พักในถนนข้าวสารส่วนใหญ่จะเป็นเกสต์เฮาส์ พื้นที่บริเวณถนนข้าวสาร หรือบางลำพูมีเกสต์เฮาส์ประมาณ 65 แห่ง ประมาณร้อยละ 54.17 มีห้องพัก รวมกัน 1.710 ห้อง หรือประมาณร้อยละ 53.59 (กนกพร ศิริโรจน์, 2545: 2 – 3) ของจำนวนที่พักในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2545 พบว่า ถนนข้าวสารสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ถึง 8,000 คนต่อวัน และเพิ่มมากขึ้นเป็น 10,000 คนต่อวันในช่วง High season คือ ระหว่างเดือนมกราคม – เมษายน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวใช้ต่อหัวต่อวัน คือ 1,200 – 1,500 บาทต่อหัวต่อวัน ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 6.06 วันต่อคน (กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์, 2545: 54)

จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ทำการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามถิ่นที่อยู่ในปี พ.ศ. 2549 โดยการเรียงลำดับจากมากไปน้อย ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดดังนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียมีจำนวน 7,431,036 คน จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปมีจำนวน 2,689,704 คน จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา มีจำนวน 905,321 คน จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปโอเชียเนียมีจำนวน 558,994 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกาจำนวน 52,357 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มักจะแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมย่านถนนข้าวสารก่อนเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป (โหมงสุตา สาระปัญญา, 2547: 60)

จึงแสดงให้เห็นได้ว่าบทบาททางเศรษฐกิจของถนนข้าวสาร ในปัจจุบัน ถือว่ามีความสำคัญต่อกรุงเทพมหานครค่อนข้างสูง พัฒนามาจากย่านพักอาศัยเก่าที่มีธุรกิจเฉพาะ ในลักษณะของการท่องเที่ยวแบบประหยัด และเป็นแหล่งย่านการค้าและบริการที่ทำรายได้ให้กับเมือง แตกต่างจากบทบาทของถนนข้าวสารในสมัยก่อน ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจแค่ระดับชุมชนเท่านั้น ผลจากการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว และการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น นักลงทุนและคนในพื้นที่ต่างเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ที่ตามมา ทำให้ต้องเร่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดการขยายตัวของผู้ประกอบการค้าต่างๆ ที่เปิดขึ้นมา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งความแออัดของนักท่องเที่ยว พ่อค้า แม่ค้า ซึ่งการค้าขาย เป็นอาชีพหลักของคนในพื้นที่ สืบเนื่องมาจากกิจกรรมในอดีต ซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญที่มีวิวัฒนาการมาพร้อมกับการขยายตัวของเมืองเดิม แต่การค้าในปัจจุบัน สามารถแบ่งประเภทของการค้าขายได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ การค้าขายที่อยู่ในตัวอาคาร การค้าขายแบบหาบเร่ แผงลอยและรถเข็น ถือว่าเป็นกิจกรรมการค้าอีกประเภท

หนึ่งที่มีความสำคัญต่อพื้นที่เช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีการบริการ เป็นอาชีพที่มีความเจริญรุ่งเรืองขึ้นมากภายในช่วงหลัง เนื่องจากเมื่อธุรกิจที่พักแบบเกสต์เฮาส์ประสบความสำเร็จมีความเจริญมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ สถานที่พักนักท่องเที่ยว ร้านอาหารนานาชาติ สถานบันเทิงหรือร้านอาหารผสมสถานบันเทิง บริการอินเทอร์เน็ต และจำหน่ายตั๋ว ทัวร์ สำหรับการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น จึงทำให้มีนักท่องเที่ยว ผู้คนบนถนนเริ่มมีการปะปนกันบ้าง ทั้งไทยและเทศ หลังจากนั้นจึงเกิดการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาอย่างมากมาย และมีการบอกกันปากต่อปาก นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงมีมาก ปัจจุบันถนนสายนี้ จึงคลาคล่ำไปด้วยชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งกลางวันและกลางคืน

จากที่ถนนข้าวสารมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นแหล่งที่พักราคาถูกลงแล้ว ถนนข้าวสารยังเป็นแหล่งเชื่อมต่อที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปยังภายในประเทศและต่างประเทศ จึงเกิดบริษัทนำเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศขึ้นมากมาย เพื่อตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสามารถจัดจำหน่ายตั๋วเดินทางได้ในราคาประหยัดทั้งทางเรือ รถทัวร์ รถไฟหรือเครื่องบินซึ่ง เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ถนนข้าวสารเป็นจุดพักเพื่อที่จะเดินทางต่อไปยังประเทศต่างๆ ที่ต้องการถนนข้าวสารจึงเปรียบเสมือนประตูสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา พม่า มาเลเซีย สิงคโปร์ นอกจากนี้ถนนข้าวสารยังเป็นสถานที่พบปะและเป็นแหล่งรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทสะพายเป้ (Backpacker) ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบันก็ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวสะพายเป้ เข้ามาพักบริเวณถนนข้าวสารอย่างต่อเนื่อง

กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์ (2545) ได้ทำการวิจัยพบว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งพบปะของนักท่องเที่ยวประเภทสะพายเป้ถึงร้อยละ 78.38 กลุ่มรองลงมาคือนักท่องเที่ยวประเภทฮิปปี๋ ร้อยละ 18.92 กลุ่มนักท่องเที่ยวสะพายเป้ ถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อถนนข้าวสาร ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

นักท่องเที่ยวสะพายเป้ เป็นนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวที่มีงบประมาณจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวกันตามลำพัง หรือเป็นกลุ่มเล็กๆ นักท่องเที่ยวสะพายเป้จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเหมือนกันคือ เน้นการชมธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือเพื่อความสนุกสนานและความเป็นกันเอง (Loker-Murphy and Pearce, 1995: 115 อ้างถึงใน Adkins et al, 2007: 50)

นอกจากนี้แล้ว Sicroff, Alos, and Shreshta (2003) บันทึกไว้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะหายไปด้วยกันได้กับการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมและธรรมชาติ ตั้งแต่ นักท่องเที่ยวจะหายไปได้เน้นให้มีการพบปะประชุมกับคนในท้องถิ่น ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กัน และคนในท้องถิ่นจะรู้สึกภูมิใจในวัฒนธรรมของคนและทำให้เกิดการรักษาในคุณค่าเหล่านั้น

และ Richard และ Wilson (2004) ได้พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือการสำรวจวัฒนธรรมอื่น เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวจะเลือกท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และอนุสาวรีย์ นั้นมีถึง 85 % จึงอาจจะกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลจากการศึกษาของศูนย์ศึกษาศึกษากรไทย สรุปว่านักท่องเที่ยวนิยมการเที่ยวแบบประหยัดจะเที่ยวเป็นตลาดท่องเที่ยวที่โตเร็ว ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มมีกำลังซื้อต่ำ แต่คลุมถึงนักท่องเที่ยวอายุสูงขึ้น มีฐานะดีขึ้น ใน พ.ศ. 2543 นักท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยได้ถึง 32,000 ล้านบาท

ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวกลายเป็นหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลักที่ตลาดการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น จากเดิมที่ในอดีตนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสถานะเพียงนักท่องเที่ยวที่ถูกมองว่า เป็นกลุ่มที่มีกำลังในการจ่ายน้อย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อยๆ มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นกลุ่มหนึ่งในกระแสหลักของการท่องเที่ยว จึงเริ่มมีผู้สนใจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาของ Richard และ Wilson (2004) พบว่าจำนวนวันที่พักในสถานที่แต่ละแห่งของนักท่องเที่ยวจะยาวนานกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีมูลค่าการใช้จ่ายรวมต่อเที่ยวใกล้เคียง หรือสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มีรายได้สูงที่มีจำนวนวันท่องเที่ยวน้อยกว่า

จากนโยบาย แนวทางการพัฒนากรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวมาข้างต้น การที่ถนนข้าวสารเป็นแหล่งรวมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมครอบคลุมทุกด้าน มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เพียบพร้อมและยังเป็นแหล่งศูนย์รวมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อถนนข้าวสาร ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มักจะแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมก่อนเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การเจริญของเติบโตทางด้านเศรษฐกิจบริเวณถนนข้าวสาร จึงถือได้ว่าถนนข้าวสารเป็นบริเวณหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

การวางแผนทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร จึงต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่ต้องการให้กรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นไปอย่างถูกทิศทาง โดยไม่ทำลายคุณค่าในฐานะที่เป็นเมืองทางประวัติศาสตร์ โดยมีถนนข้าวสารเป็นจุดยุทธศาสตร์ ที่มีศักยภาพสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มในการสนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษา ทักษะและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ที่จะทำให้อาณาเขตที่ศึกษาในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร โดยผลการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเข้าใจถึงทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร
2. เพื่อเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร
3. เพื่อนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา และส่งเสริมธุรกิจนำเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

คำถามในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณข้าวสาร มีทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครอย่างไร
2. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยก่อนมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขอบเขตการศึกษา

ด้านพื้นที่

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร” ได้มุ่งเน้นพื้นที่ของการศึกษาไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและเป็นแหล่งรวมที่พักราคาประหยัด เป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ โดยสำรวจพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้จะศึกษาประชากร 1 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักบริเวณถนนข้าวสาร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาเนื้อหาของทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น

ถนนข้าวสาร หมายถึง ถนนในท้องที่แขวงตลาดยอดเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีระยะทางเริ่มตั้งแต่ถนนจักรพงษ์หน้าวัดชนะสงคราม ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้จนถึงถนนตะนาว ใกล้สี่แยกคอกวัว

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่จะชอบหรือไม่ชอบและความรู้หรือความเชื่อถึงอธิบายถึงสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

พฤติกรรม หมายถึง พื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับความรู้ การจำ ข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถ และทักษะทางสติปัญญา การใช้วิจารณญาณ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยแบ่งสาระสำคัญออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. ความรู้เกี่ยวกับถนนข้าวสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในประเทศไทยเราใช้ คำว่า “ไปเที่ยว” มาช้านาน มีความหมายว่า ไปไหนต่อไหน ทั้งใกล้และไกล เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ต่อมาในพ.ศ. 2467 กรมรถไฟได้สังเกตเห็น ประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ของชาวต่างประเทศที่อยู่ใกล้เคียง เรียกชื่อ ชาวต่างประเทศว่า “ผู้เดินทาง” และบรรดาที่พักของกรมรถไฟและโรงแรมต่างๆ ก็เรียกว่า “ที่พักคนเดินทาง” ต่อมาใน พ.ศ. 2479 เริ่มมีการใช้คำว่า “ท่องเที่ยว” และประมาณ พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาว่า คำว่า “ท่องเที่ยว” หรือ “เที่ยว” มีนัยในเชิงเที่ยวเตร่เหลวไหล จึงได้ให้นักปราชญ์สมัยนั้นคิดคำใหม่ และกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานคำว่า “ทัศนอาจร” สำหรับการท่องเที่ยว และ “นักทัศนอาจร” สำหรับการท่องเที่ยวและในประเทศไทยก็ได้ใช้คำนี้อยู่ระยะหนึ่ง ทั้งๆ ที่ยังมีสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในกระทรวงคมนาคม แต่คงมิได้

ปฏิบัติการอะไรมากนัก จนถึง พ.ศ.2492 ได้โอนสำนักงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับแต่นั้นมาคำว่า “ท่องเที่ยว” ก็มีได้ มีความหมายเช่นเดียวกับ “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” แต่หากมีความหมายอย่างเป็นทางการโดยเฉพาะเป็นการปฏิบัติงานอย่างมีระบบ จนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง และเรื่องของการท่องเที่ยวได้พัฒนาขึ้นเป็นวิชาการแขนงหนึ่ง

ในการศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวให้ชัดเจนเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะความหมายของการท่องเที่ยว จะกำหนดขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งต้องใช้งบลงทุนด้วยงบประมาณจำนวนมาก การตัดสินใจสร้าง หรือไม่สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้บริโภคว่ามีจำนวนเพียงพอในการรองรับกับโครงการนั้นๆ หรือไม่ไม่ว่าจะเป็นโครงการ

การสร้างโรงแรม ภัตตาคารหรือสวนสนุก ฯลฯ การเข้าใจความหมายอย่างชัดเจนของการท่องเที่ยว การเดินทางและนักท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจ ในการดำเนินงานโครงการ

ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว เช่น โครงการสร้างสถานที่พักผ่อน หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นปริมาณผู้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้น จึงเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำมาตัดสินใจดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำ ไปยังสถานที่อื่นๆ เป็น การชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2536) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” ไว้ว่าเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะว่า มิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ การเดินทางเพื่อ การประชุมสัมมนาเพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจน การเดินทางไปเยี่ยมญาติ นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงกิจกรรมรายได้ใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ

วรรณภา วงษ์วานิช (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเราเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นการไปเที่ยวชมสถานที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่างๆ เป็นต้น การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเภทของการคมนาคมจำนวนสมาชิก หรือ ค่าใช้จ่าย เป็นต้น

โรเบิร์ต คริสตี้ มิลล์ และ อลิสเทียร์ เอ็ม มอริสัน (1988) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวหมายถึง รูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์เป็น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเองไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ถือว่าวัตถุประสงค์ เพื่อประสบการณ์และความรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆ เป็นการตอบสนองตนเอง

สหพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทางที่จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วย ลักษณะต่างๆ 3 ประการดังนี้

ประการแรก เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)

ประการสอง เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)

ประการสาม เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่ เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ทั้งนี้ประเด็นดังกล่าวทั้งสามประการ มีลักษณะคล้ายกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าว สรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนาน รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศด้วย ซึ่งในการเดินทางเป็นกระบวนการ ที่มีความสัมพันธ์กันมีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้และสนุกสนานเพลิดเพลิน ฉะนั้นการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงกลายเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง

2.1.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเมื่อ ค.ศ. 1968 ภายหลังจากการประชุมเรื่อง การเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่ กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึงนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

Travelers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว (tourists) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border Works) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ (Diplomats, Representatives of Consulates, Members of Armed Force) และผู้ลี้ภัย

Visitor's หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (local accommodation) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 International Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

1.2 Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนอาจเป็นคนไทย หรือต่างดาวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2. Excursionists หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (day visitor) เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราว และอยู่ในประเทศไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ (cruise) โดยสามารถแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน คือ

1.1 International Excursionist หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ

1.2 Domestic Excursionist หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

นักท่องเที่ยวประเภท Tourist และ Excursionists เป็นกลุ่มนักเดินทาง (Travelers) ที่สามารถติดตามการเดินทาง และจัดเก็บข้อมูลเป็นสถิติได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ในเรื่องของการวิเคราะห์เพื่อทราบความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคของ นักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมาย (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546: 3 - 4)

องค์การสันนิบาตหรือองค์การสหประชาชาติ ในปัจจุบันได้ให้ความหมายของ นักท่องเที่ยวในการประชุมขององค์การสันนิบาต เมื่อ พ.ศ.1937 กล่าวไว้ว่า

"นักท่องเที่ยว" หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเป็น เวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เช่น บุคคลที่เดินทางไป เพื่อพักผ่อน เพื่อธุรกิจ ดังนั้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณา ในการกำหนดความหมายของนักท่องเที่ยว

ต่อมาในปี ค.ศ. 1950 องค์การท่องเที่ยวระหว่างชาติ (International Union of Official Travel: IUOTO) ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้เสนอแนะให้เปลี่ยนความหมายดังกล่าว ในส่วนที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ที่เดินทางไปศึกษาเล่าเรียน ให้นำว่าเป็นนักท่องเที่ยว และแนะนำว่านักทัศนาจรและผู้เดินทางหยุดที่ประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อต่อเครื่องบินไม่ใช่นักท่องเที่ยว IUOTO ให้ความเห็นว่า นักทัศนาจร หมายถึงการเดินทางภายในประเทศที่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

และในปี ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุม ว่าด้วยการเดินทาง และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขึ้นที่ประเทศกรุงโรม ประเทศอิตาลี ในที่ประชุมเสนอความหมายของนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitors) คือ บุคคลใดๆ ที่เดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่ใช่แหล่งที่อยู่อาศัยของตนเป็นการชั่วคราว และพำนักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ใช่เป็นการหารายได้จากประเทศที่ไปเยือนนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน หรือนักทัศนาจร (Day Visitors or Excursionists) คือ บุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวและพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยไม่ได้เป็นการหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2523) ได้นำความหมายที่องค์การการท่องเที่ยวโลกได้กำหนดเป็นหลักว่า เป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศของประเทศไทย โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีจุดประสงค์ในการเดินทาง เช่น การท่องเที่ยว การพักผ่อน การร่วมประชุม การติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ การมาเก็บเรือเดินสมุทรที่แวะจอดในท่าเรือ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่ อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่นโดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่การหารายได้ในสถานที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน จากความหมายของนักท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ สรุปได้ดังนี้ “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปประเทศอื่นหรือภูมิภาคอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยของตน เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เช่น บุคคลที่เดินทางไปพักผ่อน ไปเยี่ยมญาติ ไปรักษาสุขภาพ ร่วมประชุมเพื่อทำธุรกิจ เป็นต้น ส่วนบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางไปทำงาน มาตั้งหลักแหล่ง นักเรียนนักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านประเทศนั้นโดยไม่ได้หยุดพักแม้ว่าจะเดินทางมากกว่า 24 ชั่วโมง เป็นต้น

2.1.3 ปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทักษะคติและลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วางแผนการตลาด โดยมีปัจจัยหลักเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ได้แก่ ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรสและถิ่นพำนัก ซึ่งแต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังที่ บุญหลิบ พานิชชาติและคณะ (2547) กล่าวมาข้างต้น ทำให้ปัจจัยหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ควรศึกษามีดังนี้

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่า นักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยวและสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ

ปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมาก หรือมีอัตราการเติบโตที่สูง ก็ย่อมได้รับภาพลักษณ์ในทางอ้อมว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

2. อายุ บุคคลที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน ก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

2.1 กลุ่มวัยเด็ก ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง หากเดินทางท่องเที่ยวมักจะทำกับพ่อแม่หรือโรงเรียนหรือสถาบันที่จัดอบรมต่าง ๆ

2.2 กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ 15-24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่หรือเพิ่งจบการศึกษาจึงยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับพ่อแม่หรือโรงเรียน หรือสถาบันที่จัดอบรมต่างๆ หรือเดินทางมาพักอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่างๆ ในทางการตลาดทั้งกลุ่มวัยเด็กและกลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพที่น่าส่งเสริม แม้ว่าจะยังเป็นกลุ่มที่คาดหวังรายได้ทางการท่องเที่ยวได้น้อยก็ตาม แต่หากว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อวัยเด็กแล้ว พวกเขาก็อาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง และจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพในอนาคต ซึ่งจะสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้มากกว่าเดิม

2.3 กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 25-34 ปี เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินได้สูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเองแล้ว ลักษณะกิจกรรมที่เลือกก็ยังสามารถทำได้หลากหลายเพราะสุขภาพเอื้ออำนวย โดยส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มวัยนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ

2.4 กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย ช่วงอายุ 35-44 ปี และ 45-54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูง ตามภาระหน้าที่การงานที่ได้รับผิดชอบมากขึ้น ประกอบกับมีฐานะทางการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว

2.5 กลุ่มวัยเกษียณ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพที่ไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดนอนนานวันกว่ากลุ่มวัยอื่นๆ เพราะไม่มีภาระการงานที่จะต้องรับผิดชอบแล้ว

3. อาชีพ กลุ่มที่มีภาระกิจหน้าที่การงานที่แตกต่างกัน มีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพระดับสูง จะมีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า นอกจากนี้ ภาระหน้าที่การงานก็มีส่วนที่กำหนดให้ต้องเดินทางไป

ติดต่อกันบ่อยครั้งเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มระดับผู้บริหารกลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะตัวแทนชาย

4. ระดับรายได้ เป็นตัวบ่งชี้สำคัญ ถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวได้ไกลและบ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำกว่า โดยทั่วไปในทางการตลาด แบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มระดับบน กลุ่มรายได้ปานกลางหรือกลุ่มระดับกลางและกลุ่มรายได้ต่ำหรือกลุ่มระดับล่าง ซึ่งช่วงรายได้ที่จะกำหนดระดับฐานะนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและระดับค่าครองชีพของแต่ละประเทศ

2.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

ศรัณญา วรากุลทิพย์ (2547) การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว การท่องเที่ยวในวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเพื่อนฝูง จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว สามารถแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 15 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง คือ การท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับการอยากพักผ่อน เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรมประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่ แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและสุขภาพ คือ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อใช้เวลาว่างในพักผ่อน ร่างกายและสมอง อาจรวมไปถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยใช้เวลานานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่พักจะเลือกสถานที่ที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ทั้งนี้ยังรวมถึงการเดินทางเพื่อไปรับการรักษาทางการแพทย์ เป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การเดินทางไปอาบน้ำแร่ในแหล่งน้ำต่างๆ ชายทะเล หรือบนภูเขา ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วยเป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่ของมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา คือ ลักษณะของการท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถ แบ่งได้เป็น 2 ประการ ได้แก่

ประการแรก เป็นการไปชมกีฬาที่ตนสนใจ

ประการที่สอง เป็นการไปเที่ยว เพื่อเล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวชนิดนี้ ทำให้ประเทศมีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิ-ประเทศหลากหลาย เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจให้นักกีฬาหรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัส ทำให้ได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เช่น ชายทะเล ภูเขา เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ หมายถึง การเดินทางเพื่อธุรกิจ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายในชุมชนอื่นๆ และพัฒนามาเป็นธุรกิจมีระบบอย่างทุกวันนี้ การเดินทางเพื่อธุรกิจในปัจจุบันจำแนกได้หลายประการ ได้แก่ การเดินทางเพื่อให้บริการปรึกษา (Consulting) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า (Sales) เพื่อดำเนินการ (Operations) เพื่อการจัดการ (Management) และเพื่อการบำรุงรักษากิจการ (Maintenance) อย่างไรก็ตาม ถ้าจำแนกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และการแสดงนิทรรศการ (Exhibitions) ซึ่งรวมเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ MICE (Weaver and Oppermann 2000)

ในวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในปัจจุบันถือว่าการท่องเที่ยวชนิด MICE นักท่องเที่ยวประเภทนี้ มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีอำนาจในการซื้อสูง และยังมีผู้ติดตามอีกไม่น้อยกว่าหนึ่งคน ซึ่งเป็นสามี หรือภรรยา ดังนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวลักษณะนี้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา จะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีสถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่พักหรือโรงแรม และการคมนาคมต้องมีความสะดวกรวดเร็ว และในปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ เป็นการไปศึกษาดูงานหรือการวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง (วรรณาวงษ์วานิช, 2546: 17 – 18) จากจุดประสงค์ดังกล่าว ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ากลายเป็นธุรกิจระหว่างชาติ ที่ ต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกัน ระหว่างหน่วยงาน ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้องกับการท่องเที่ยว มีการ แข่งขันและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น และมีการคิดค้นการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแบบ Ecotourism

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หมายถึง การเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างถิ่น ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ภูมิ และประสบการณ์ แล้วยังมีการเดินทางเพื่อการฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อดูงาน เพื่อไปพัฒนาความรู้ทางด้านภาษาและประสบการณ์ในต่างประเทศ

8. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง การใช้เวลาหยุดงานไปท่องเที่ยวอย่างสบาย ๆ เช่น การพักผ่อนในบ้านพักตากอากาศริมทะเล และเชิงเขา เป็นต้น

9. การท่องเที่ยวเพื่อการเยี่ยมญาติ หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญที่ นักท่องเที่ยว จะเดินทางไปเยี่ยมบิดา มารดา ญาติ ในถิ่นเกิดหรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว

10. การท่องเที่ยวเพื่อการศาสนา หมายถึง การเดินทางไปแสวงบุญด้วยความศรัทธา เช่น ในยุคมืด (Dark Age) ประชาชนนิยมเดินทางเพื่อแสวงบุญ (Pilgrim) ไปยังสถานที่ที่เป็นความเชื่อในศาสนาของตน จึงกล่าวได้ว่าศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด การเดินทางท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยประชาชนนิยมการเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ถวายพระพุทธรูป ถวายภัตตาหาร นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

11. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) คือ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่มีความนิยมสูงในหมู่นักท่องเที่ยว เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะอย่าง เมื่อเข้าไปท่องเที่ยวแล้วจะได้รับความตื่นเต้นท้าทายและให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่

12. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา คือ เป็นรูปแบบการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะภูมิประเทศแบบต่างๆ ที่เกิดจากการผันแปรของเปลือกโลก เช่น ภูเขา หน้าผา ถ้ำดินถล่ม ฟอสซิล เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้รับความรู้ทางธรณีวิทยาควบคู่กันไป

13. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทางการเกษตร สวนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชมความงามทางการเกษตร ชมวิถีชีวิตของเกษตรกร ชนบรรมนิยมประเพณีวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ตลอดจน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งชมทัศนียภาพอันสวยงาม อันก่อให้เกิดความสนุกสนาน และได้รับความรู้พื้นฐานด้านการเกษตร

14. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท คือ เป็นการเดินทางไปตามชนบท ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ โดยเฉพาะบริเวณที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่งดงามสงบ หรือสังคมที่เรียบง่าย เป็นการสัมผัสการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวชนบทที่ห่างไกลจากสังคมเมือง และใกล้ชิดกับธรรมชาติ

15. การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน คือ การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ผสมกับกระแสด้านความต้องการในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น

จากประเภทการท่องเที่ยว หรือรูปแบบการท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางมีความชอบ หรือความสนใจที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย

2.1.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากโลกมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดลักษณะของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ประกอบกับมนุษย์ต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณต่างๆ ที่มีสภาพแวดล้อมที่แปลก และแตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ทั้งสิ้น ถ้าโลกนี้ไม่มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ การท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะไม่เกิดขึ้น เนื่องจากไม่มี อะไรดึงดูดความสนใจ ดังนั้น ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ามากขึ้นเท่าใด ปัจจัยดังกล่าวก็ยิ่งมีบทบาทที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น

เท่านั้นซึ่งปัจจัย 2 ประการ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (วรรณ วรชวานิช, 2546: 29 – 30) ดังต่อไปนี้

ประการแรก ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์

เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์มีส่วนช่วยในการสร้างภูมิทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่สำคัญ อันได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่างๆ ของโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลาอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก ทั้งที่เกิดจากการกระทำของแรงที่เกิดขึ้นภายในโลก และการ

กระทำภายนอกโลก การกระทำดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบนพื้นผิวโลก เป็นผลทำให้พื้นโลกมีลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ภูเขา เนินเขา ที่ราบสูง เกาะ อ่าว ทะเลสาบ น้ำตก ถ้ำ หน้าผา เป็นต้น จากการกระทำของธรรมชาติดังกล่าวที่มีต่อลักษณะของภูมิทัศน์ แบบต่างๆ จึงทำให้เกิดภูมิทัศน์ที่สวยงามและแปลกประหลาด อันเป็นประโยชน์ต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านการเดินทาง ระยะเวลาให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้รวมไปถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรับปรุง เช่น เขื่อน อ่างเก็บน้ำ สถานที่พักต่างๆ สภาพเหล่านั้น จะแตกต่างกันออกไปและสภาพเหล่านั้น จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนลักษณะภูมิอากาศ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ห่างไกล อาจไปโดยรถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง เรือโดยสาร หรือเครื่องบิน ไม่ว่าจะเดินทางภายในประเทศหรือต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศของสถานที่ที่จะไปล่วงหน้า ข้อมูลต่างๆ ที่ได้เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมในด้านต่างๆ ได้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนเลือกเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ประการที่สอง ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

คือ สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นมรดกสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อุนิธัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบของการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันไป และความแตกต่างเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิด กิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 4 ประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์ คือ บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนาสถาน พระราชวัง และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่ง ที่ มนุษย์สร้างขึ้นและแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตและยังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน

ประการที่สอง ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม คือ การแสดงถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคม ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ต่างกันไป

เป็นสิ่งที่ยึดถือ สืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้อาจเป็นเรื่องธรรมดาความเคยชินของคนในท้องถิ่น แต่อาจเป็นสิ่ง

ที่แปลกประหลาดและ น่าสนใจของคนอีกท้องถิ่น และสิ่งที่เจ้าของท้องถิ่นนั้นต้องรักษาไว้ด้วยความรัก และความภาคภูมิใจ

ประการที่สาม การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น คือ ลักษณะการประกอบอาชีพของประชาชนส่วนส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการประกอบอาชีพที่ นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อนที่แตกต่างไปจากบริเวณอื่น เช่น การผลิตส้มของจังหวัดเชียงใหม่ หรือ การผลิตมีดอรัญญิกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เดินทางเข้าไปชมการผลิตและการประกอบอาชีพต่างๆ การประกอบอาชีพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการประกอบอาชีพที่เด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นเป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปยังสถานที่นั้น

ประการที่สี่ การคมนาคม คือ สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมีคนเข้าไปท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายของการคมนาคมขนส่ง ที่จะนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่แห่งนั้น ด้วยเหตุนี้ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจำเป็นต้องมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สถานที่ที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางอยู่ไม่ไกลมากนักจะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปชมใช้บริการมาก เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ บางแสน พัทยา เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความยากลำบากในการเดินทางในการสร้างเส้นทางจึงจำเป็นต้องหาวิธีการที่จะเอื้ออำนวยในการเดินทางให้แก่

นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวภูกระดึง จังหวัดเลยได้ มีการวางแผนการสร้างกระเช้าลอยฟ้า ดังนั้น การพัฒนาและปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่งให้สะดวกรวดเร็ว ปลอดภัยทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และบางครั้งต้องมีระบบที่สอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ ในแต่ละแห่งเป็นสำคัญ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546) การเดินทางการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว อันได้แก่

ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้ และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาชีพและการมีเวลาเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนในด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของความต้องการการท่องเที่ยว ทรัพยากรการ

ท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน

2.1.6 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยว เป็นอย่างมาก ทั้งในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม สถาบันEconomist Intelligence Unit หรือ EIU ได้พยากรณ์เกี่ยวกับการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2533 – 2543 ไว้ว่าไทยจะเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ควบคู่ไปกับฮาวาย โดยมีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ซึ่งสูงที่สุดในภูมิภาคเช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยที่เกี่ยวกับด้านที่พักและสถานที่เที่ยวเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมโดยไม่รวม ปัจจัยอื่นๆ (วรรณ วรชวานิช, 2546: 187) ด้วยเหตุผลข้างต้นจึงเป็นการยืนยันได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวของไทยมีมากมายและน่าสนใจในเนื้อที่ของประเทศไทย ประมาณ 513,115 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ของ 76 จังหวัด ประเทศไทยจะมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายซึ่งแยกออกเป็นภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวได้ถูกจัดให้เป็นสินค้า (Product) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งโดยทั่วไปมักจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Destinations) แหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี (Historical, Archaeological and Religious Destinations) และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมประเพณี (Art, Culture and Traditional Destinations) ถึงอย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี (Historical, Archaeological and Religious Destinations) นั้นมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและยากประเภทได้อย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรอันเกิดจากการดำรงอยู่และวิถีชีวิตมนุษย์ในอดีตและปัจจุบัน สิ่งเหล่านั้นสะท้อนถึงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้บางส่วนกระจายบางส่วน จัดอยู่ในกลุ่มพื้นที่เดียวกัน เช่น กลุ่มอุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ และพื้นที่ที่มีการครอบครองอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ประเทศไทยมี แหล่งท่องเที่ยวในจุดย่อยๆ โดยจำแนกแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น อุทยานแห่งชาติทั้งสิ้น 2,579 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 1,385 แห่ง แหล่งวัฒนธรรม 1,194 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้จำนวน 513 แห่ง รองลงมา คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 302,302 และ 250 แห่ง ตามลำดับ ในขณะที่แหล่งวัฒนธรรมส่วนใหญ่ อยู่ในภาคกลาง จำนวน 479 แห่ง รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จำนวน 284 261 และ 170 แห่ง ภาคกลางเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มี แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 781 แห่ง รองลงมาคือ ภาคใต้ ภาคเหนือ และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ

ประเภทธรรมชาติ

คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือธรรมชาติ

สร้างสรรค์ อันได้ แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน และแหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทย อันได้แก่ ภูกระดึง น้ำตกเอราวัณ เกาะเสม็ด เป็นต้น

ประเภทประวัติศาสตร์

คือ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้นมีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน อันได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

ประเภทศิลปวัฒนธรรม

คือ ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถี ชีวิต ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ นา สวน พืช ผัก ผลไม้และเหมือง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ และสวนสามพราน เป็นต้น (ศรีญา วรากุลวิทย์, 2547: 191 – 192)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่นักท่องเที่ยวมาพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อบริการเพื่อเดินทางท่องเที่ยว และ นักท่องเที่ยวจะพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างจากที่เคยชินและคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมเดินทางไปเที่ยวเกาหลีหรือประเทศตะวันตกเพื่อดูหิมะตก เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism) ที่ใกล้เคียงกันพอสรุปได้ดังนี้

Greenwood (1982) กล่าวว่า “ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางมนุษยชาติ (Ethnic Tourism) ล้วนแล้วแต่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงโดยมีโอกาสดำผัสสัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงของชาติต่างๆ อย่างใกล้ชิด”

Mcintoch and Goldner (1986) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์ ก็เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต”

Smith (1989) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตผ่านสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็น เช่น แบบบ้าน งานหัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแต่งกาย เป็นต้น”

Howell (1993) กล่าวว่า “ผู้คนที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์ และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่น ก็คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล”

Pigram (1993) กล่าวว่า “สิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของความแตกต่างในวิถีชีวิต การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน”

Reisingr (1994) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวที่เน้น ความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความงาม สติปัญญา อารมณ์ และจิตใจ”

The European Association for tourism and Leisure Education หรือ ATLAS (1995) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเอาไว้ว่า เป็นการเดินทางของผู้คนไปสู่สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ตนมีหรือพบเห็นในชีวิตประจำวัน

เป็นการแสวงหาความรู้และค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการให้คำจำกัดความเฉพาะ (Technical Definition) เอาไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการเดินทางของผู้คนไปสู่สิ่งดึงดูดใจเฉพาะอย่างทางวัฒนธรรม เช่น มรดกวัฒนธรรม ศิลปกรรม ประเพณี การแสดง การละเล่นที่มีอยู่ภายนอกชุมชนของตน

Irish Tourists Board (1995) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองตอบความตั้งใจและความสนใจทั้งหมด หรือบางส่วน อันเป็นการเพิ่มความปิติยินดี พึงพอใจของคนที่มีต่อแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรม

World Tourism Organization (1995) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเอาไว้ว่า เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour)

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษารวมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

Philip Feifan Xie Geoffrey Wall (2000) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และนำพาผู้คนจากดินแดนและชาติพันธุ์ที่ต่างต่างกันมาพบปะซึ่งกันและกัน”

ด้อย ชุมสาย และ ญิบพัน พรหมโยธี (2527) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถาบัน หรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่น่าสนใจ ก็เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิต ความเป็นอยู่ในแง่มุมมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปะนานาชาติในหอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรพรมงานฉลอง และเพื่อชมการแสดงศิลปะครั้งสำคัญๆ”

วิวัฒน์ชัย นุณยภักดี (2537) กล่าวว่า “เมื่อสังคมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม งานศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมบางอย่างก็ถูกปล่อยปะละเลยให้สูญหายด้วยสาเหตุของประโยชน์ใช้สอยน้อย ความไม่จำเป็นหรือไม่สะดวกต่อวิถีชีวิตสมัยใหม่ ตลอดจน

อิทธิพลของความเจริญหรือความเป็นเมือง (Civilization) แต่เมื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาสู่ท้องถิ่นนั้น ก็กระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้นบ้านขึ้นมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จึงก่อประโยชน์ขึ้น 2 ทาง คือ การอนุรักษ์หรือสืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน และการพัฒนาวัฒนธรรมพื้นบ้านให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว"

บริษัท มรดกโลก จำกัด (2537) ได้สรุปไว้ในรายงานโครงการศึกษาความเหมาะสมและออกแบบรายละเอียดการให้แสงสว่างโบราณสถานในตัวเมืองเชียงใหม่ ว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นกลไกที่แยก "นักท่องเที่ยว" ออกจาก "การเที่ยว" ได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพ ฐานะเศรษฐกิจ โลกทัศน์ รสนิยม และความสนใจที่ค่อนข้างไปทางการศึกษา ทำให้อยากรู้ อยากเห็นความแตกต่าง และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็นเพื่อเปรียบเทียบกับของบ้านเมืองตน สะท้อนถึงความเป็นนักคิด นักจัดการที่แสวงประสบการณ์ เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะ "สนุก" อย่างเดียวแบบ "นักท่องเที่ยว"ทั้งหลาย ที่เอาความพึงพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนเข้าไปเที่ยว

สภาระหว่างชาติว่าด้วยอนุสรณ์สถานและแหล่ง (International Council on Monuments and Sites) หรือมีชื่อเรียกย่อว่า ไอคอมอส (ICOMOS) ซึ่งเป็นหน่วยงานเอกชนที่ช่วยยูเนสโกพิจารณาตัดสินแหล่งต่างๆ เข้าบัญชี "มรดกโลก" ได้ให้ข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น จะเป็นผู้พร้อมจ่ายค่าบริการต่างๆ มากกว่า และในอัตราที่มากกว่า "นักท่องเที่ยว"ทั่วๆ ไป ไม่ว่าจะผ่านทางด้านการพักอาศัยซึ่งจะพินิจพิเคราะห์เรื่องความสะดวกสบายมากกว่าราคา หรือการเดินทางด้วยพาหนะดีๆ อาหารดีๆ สินค้าที่ระลึกฝีมือดีมีเอกลักษณ์เพื่อเป็นอนุสรณ์ของประสบการณ์ หรือของแจกญาติมิตรที่บ้าน สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมักเป็นผู้รู้ มีอายุ และประสบการณ์ชีวิตมากแล้ว จึงทำให้ ความสนใจต่อผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่เขาเข้าไปเยี่ยมชม

โครงการวิถีทรรศน์ : วิถีไทยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (2540) ได้กล่าวถึงส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการ สำหรับการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังต่อไปนี้

ประการแรก ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทาง (Travel) ให้คนกลุ่มเล็กสร้างภูมิปัญญาของกลุ่ม ไปศึกษา ไปดู ตรามความสนใจของตนเอง เป็นการเดินทางไปรู้จัก การเดินทางต้องเป็นโลกส่วนตัว ไปอย่างเกรงใจ ไปอย่างเคารพต่อสิ่งแวดล้อม

และวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชน มีความสุขจากการเดินทางเป็นเป้าหมาย ไม่ใช่การไปบงกช พิธีกรรมความเชื่อของชาวบ้าน ไปซื้อทุกอย่างที่ขวางหน้า

ประการที่สอง ต้องให้การศึกษาโดยเฉพาะกับเด็กๆ ให้เรียนรู้และเข้าใจ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะในโลกปัจจุบันนี้เราไม่มีทางเลือกหนีนักท่องเที่ยวไปได้ เพราะโลกมันเล็กและเปิดกว้างมากขึ้น การเดินทางสะดวกและผู้คนนิยมเดินทางกันมาก โดยเฉพาะในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะเป็นคนในเอเชียด้วยกันมากขึ้น เราจึงควรให้การศึกษาแก่เด็กๆ และเยาวชนว่า เขาจะเผชิญกับสถานการณ์เช่นนี้อย่างไร จะได้ประโยชน์ และเกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมกันได้อย่างไร หลักสูตรการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว ควรเป็นหลักสูตรที่สร้าง ภูมิคุ้มกัน ไม่ให้มีการเสพยาขายที่ไม่เคารพผู้อื่น และต้องเร่งสร้างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มี คุณภาพ รู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ไม่ใช่รู้ภาษาอย่างเดียว มีคฤเทศก์ต้องเป็นผู้มีความรู้ เป็นวิทยากร ไม่ใช่คนรับใช้ของนักท่องเที่ยวที่ต้องบริการทุกอย่าง

ประการที่สาม เราต้องเรียนรู้ที่จะเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน ของ ชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย เราต้องมีพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้ มาเยือนจะละเมิดมิได้ เพราะหากเราไม่เคารพวัฒนธรรมของเรา นักท่องเที่ยวชาติอื่นก็ไม่เคารพ เช่นกัน

จากข้อมูลดังกล่าว โครงการวิถีทรรศน์ จึงได้ให้ข้อสังเกตว่าลักษณะ สำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมา มองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่งในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมไว้ว่า เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการ ท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มี ความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น การท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของ สังคม”

พลอยศรี โปราณานนท์ (2545) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้มองเห็นถึงความหลากหลายทางชีวภาพ และมิติทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

จากการศึกษาแนวคิด และความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักวิชาการต่างๆ นั้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว

การแสวงหาทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะไปในด้านของ ศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

2.2.2 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้กล่าวแล้วนั้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 4 ประการคือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกัน ก็จะทำให้เกิด ความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น
2. เป็นการท่องเที่ยว ที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนใน ชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม คักดีศรี และผู้คนของตนเองด้วย

2.2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้จำแนกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอิงตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจอยู่ 10 ประการ คือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอย ทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง
- 1.4 ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
- 1.9 ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ
- 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ และมีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิง

ศิลปวัฒนธรรมโดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยแยกย่อยเป็น

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลิน

ในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ งดงามสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา ในขณะที่เดียวกันก็ได้ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่ออย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2.2.5 นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บริษัท มรดกโลก จำกัด (2537) ได้กล่าวถึงนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลไกที่แยกนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไปได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ โลกทัศน์ รสนิยม และความสนใจก่อนไปทางการศึกษา ทำให้อยากรู้ อยากเห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็น เพื่อเปรียบเทียบกับบ้านเมืองตน สะท้อนถึงความเป็นนักคิด นักแสวงประสบการณ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะสนุกเพียงอย่างเดียว โดยคำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนเข้าไปเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นผู้พร้อมจ่ายค่าบริการต่างๆ ในอัตราสูงกว่่านักท่องเที่ยวทั่วไป และให้ความสนใจต่อผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ที่เขาเข้าเยี่ยมชมด้วย

1. คุณสมบัติสำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพอสรุปได้ดังนี้คือ

1.1 เป็นผู้เดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดแล้ว ก็มีความประสงค์ที่จะสร้างสัมพันธภาพร่วมกัน และเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันกับชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ

1.2 เป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียน เพื่อเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว เพิ่มพูนคุณภาพชีวิต เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของผู้คน และระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นๆ

1.3 เป็นผู้มีความประทับใจ ตื่นเต้น ชาบซึ้ง และแปลกใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ไปชม เช่น ชมโบราณสถาน การแสดงพื้นบ้าน ดนตรีพื้นบ้าน เรียนรู้การทำอาหาร เป็นต้น

1.4 เป็นผู้มีความมั่นคง มีความต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทาง ต้องการที่พักสะอาด ต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

1.5 เป็นผู้มีความสนใจต่อการรักษาคุณค่าคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งมีความห่วงใยต่อการเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

2. คุณสมบัติสำคัญของมัคคุเทศก์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพอสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ

2.1 เป็นผู้มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นอย่างดี

2.2 เป็นผู้มีความสามารถในการสื่อความหมายและการสื่อสารที่ดี

โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศ

2.3 เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพและความประพฤติดี สามารถสร้างความสำเร็จ ความประทับใจและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว โดยการแต่งกาย การวางตัว การเอาใจใส่ และการตรงต่อเวลา อีกทั้งรู้จักจังหวะการทำงาน และมีสุขภาพแข็งแรง

2.4 เป็นผู้ที่ไม่ใฝ่เรียนใฝ่รู้ ช่างสังเกต และมีความคิดสร้างสรรค์

2.5 เป็นผู้รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยววนั้นๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.3.1 ความหมายของทัศนคติ

คำว่า "Attitude" มาจากศัพท์ภาษาลาตินว่า "Aptus. แปลว่า โน้มเอียงเหมาะสม และนำมาใช้ในความหมายของคำว่า "Attitude" ว่า ท่าทีที่แสดงออกของคนเราซึ่งบ่งถึงสภาพของจิตใจ (Webster, 1960) คำจำกัดความของคำว่า ทัศนคติ (Attitude) มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังนี้

Newcomb (1954) ได้สรุปไว้ว่า ทัศนคติที่มีอยู่ในเฉพาะบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่เขาได้รับ ทัศนคติของบุคคลนั้นอาจจะแสดงออกมาได้ทางพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะพึงพอใจหรือความชอบพออันเป็นผลให้ผู้ผู้นั้นเกิดความพอใจรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นเรียกว่า "Positive Attitude" กับทัศนคติอีกแบบหนึ่งซึ่งแสดงออกมาในรูปของความไม่พึงพอใจ เบื่อหน่าย เป็นผลให้ผู้ผู้นั้นเกิดความชิงชังไม่อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น ๆ เรียกว่า "Negative Attitude"

ชม ภูมิภาค (2516) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง วิธีแห่งความรู้สึกของคนต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เบญจา แซ่เซีย (2541) สรุปว่า ทัศนคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอการจัดระเบียบดังกล่าวจะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ทั้งนี้เพราะทุกคนต่างมีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and Emotional characteristics) แตกต่างกันนั่นเอง

จากนิยามข้างต้น ทำให้สรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็น ความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถแสดงออกมาในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ

2.3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ได้แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบทางอารมณ์ (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น โกรธเกลียด รัก ชอบ เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความแตกต่างกันตามบุคลิกภาพของแต่ละคนที่จะพึงมี ความรู้สึกเหล่านี้จะแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง เมื่อบุคคลได้พูดถึงหรือคิดถึงสิ่งนั้น ๆ
2. องค์ประกอบทางความคิด (Cognitive Component) คือ ความคิดเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งในแง่ดีและแง่ร้าย องค์ประกอบนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมที่บุคคลได้กำหนดมาตรฐานขึ้นไว้ในใจเป็นสำคัญ
3. องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ ความโน้มเอียงล่วงหน้าที่จะปฏิบัติต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์นั้น ทั้งนี้ย่อมหมายถึงแนวทางปฏิบัติเพื่อแสดงออกโดยไม่ต้องผ่านความรู้สึก และความคิดในองค์ประกอบดังกล่าวแล้ว เป็นการวางแนวไว้ล่วงหน้าว่าเมื่อถึงคราวจะปฏิบัติจริง ๆ จะปฏิบัติอย่างไร และในบางกรณีอาจจะกำลังปฏิบัติอยู่แล้วก็ได้

2.3.3 ประเภทของทัศนคติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) แบ่งทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินงานกิจการขององค์การและอื่น ๆ
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือ หน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินงานกิจกรรมขององค์การหรืออื่น ๆ
3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์การ และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง ทัศนคติทั้งสามประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวกันหรือหลายประเภทรวมกันได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องราวความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การ

กระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปความเห็นร่วมกันจะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนัก

2.4.1 องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาค (1963) อธิบายว่า พฤติกรรมของคนเรามีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ ดังนี้

ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานาน จึงจะสามารถบรรลุสมความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

ความพร้อม (Readiness) หมายถึงระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมที่สนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเรา

สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้รับความพอใจมากที่สุด

การตอบสนอง (Response) เป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นตอนการแปลความหมาย

ผลที่ได้รับ หรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้นผลที่ได้รับอาจจะตามที่คาดไว้ (Confirm) หรืออาจจะตรงกันข้ามกับที่คาดหมายไว้ (Contradict) ก็ได้

ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ก็อาจกล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้ เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่ และเลือกวิธีการสนองตอบแบบใหม่ก็ได้

นอกจากนี้ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของ พฤติกรรมไว้ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain)

พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา เป็นพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับความรู้ การจำ ข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถ และทักษะทางสติปัญญา การใช้วิจารณญาณ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆ ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนรู้เพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการมองเห็น ได้ยิน สัมผัส

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์กับ ข่าวสารหนึ่งๆ อาจจะโดยการฟัง การอ่าน เป็นต้น เป็นที่คาดว่าบุคคลนั้นที่ทำความเข้าใจกับ ข่าวสารนั้นๆ อาจแสดงออกในรูปทัศนะ หรือความสามารถ ดังนี้

2.1 การแปล (Translation) หมายถึง ความสามารถเขียนบรรยาย เกี่ยวกับข่าวสารนั้น โดยใช้คำพูดของตนเอง และคงความหมายเดิม

2.2 การให้ความหมาย (Interpretation) การให้ความหมายต่อสิ่ง ต่างๆ หรือข่าวสารต่างๆ ซึ่งอาจจะออกมาในรูปของความคิดเห็น ตามที่บุคคลนั้นเข้าใจ

2.3 การคาดคะเน (Extrapolation) ความสามารถในการตั้ง ความหมาย หรือคาดหวังว่าจะอะไรจะเกิดขึ้น ซึ่งความสามารถนี้จะเกิดความเข้าใจสภาพการณ์ และ แนวโน้มที่อธิบายไว้ในข่าวสารนั้นๆ

3. การประยุกต์ หรือการนำความรู้ไปใช้ (Application) ต้องอาศัย ความสามารถ หรือทักษะทางความเข้าใจแล้ว การนำความรู้ไปใช้นั้น คือการแก้ไขปัญหานั้นเอง

4. การวิเคราะห์ (Analysis) แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

4.1 แยกแยะองค์ประกอบของปัญหา หรือสถานการณ์

4.2 มองเห็นความสัมพันธ์

4.3 มองเห็นลักษณะผสมผสานระหว่างส่วนประกอบที่รวมขึ้นเป็น ปัญหา หรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) ความสามารถในการนำส่วนประกอบ ย่อยหลายๆ ส่วนมารวมกันเข้าเป็นส่วนงานที่มีโครงสร้างที่แน่ชัดเกี่ยวข้องกับการนำเอา ประสบการณ์เก่ามารวมกับประสบการณ์ใหม่ แล้วสร้างเป็นแบบแผนสำหรับปฏิบัติ

6. การประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวข้องกับการให้ค่าความรู้ ซึ่งต้อง
ใช้เกณฑ์ หรือมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งในการประเมินผล

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ (Affective Domain)

พฤติกรรมด้านทัศนคติเป็นความสนใจ ความรู้สึก ท่าที ความชอบ ความไม่
ชอบ การให้คุณค่า การรับ การเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ ยากต่อการอธิบาย
เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล แบ่งออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การรับ (Receiving)
2. การตอบสนอง (Responding)
3. การให้คุณค่า (Valuating)
4. การจัดกลุ่ม (Organization)
5. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value or Complex)

3. พฤติกรรมด้านปฏิบัติ (Psychomotor Domain)

พฤติกรรมด้านปฏิบัติ เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่บุคคลจะแสดงออก ซึ่ง
เป็นส่วนต่อมาจากพฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา และด้านทัศนคติ ซึ่งสามารถแสดงให้เห็น
ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยมีทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้
เกิดความรู้ และการปฏิบัติดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และทัศนคติทำให้เกิดการ
ปฏิบัติ
2. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ เกิดขึ้นได้เนื่องจากความรู้ มีความสัมพันธ์
กับทัศนคติ และส่งผลให้เกิดการปฏิบัติ
3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ เกิดขึ้นได้เนื่องจากความรู้ และทัศนคติ ซึ่ง
แต่ละประการต่างก็ทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ทั้งความรู้ และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมี
ความสัมพันธ์กัน
4. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติจะเกิดขึ้นได้ เพราะความรู้ที่มีผลต่อการ
ปฏิบัติทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งทางอ้อมนั้นมีทัศนคติเป็นตัวกลาง ทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา

2.4.2 พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีปในระหว่างมาเยือนประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีปในระหว่างมาเยือนประเทศไทย โดยกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกระทำกันเมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกออกเป็น 5 ทวีป ดังนี้

1. พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทวีปเอเชียที่มาเยือนประเทศไทย มีดังนี้

1.1 สิงคโปร์: นักท่องเที่ยวสิงคโปร์ชื่นชอบการทำสปา การตรวจร่างกาย การบำบัดรักษาสุขภาพ เมื่อเทียบกับการรักษาในประเทศสิงคโปร์แล้ว ค่ารักษาในประเทศไทยจะถูกกว่ามาก ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น กอล์ฟ อาหารไทย ชายทะเล ยังคงเป็นที่นิยมของชาวสิงคโปร์อยู่และเริ่มมีการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวสำหรับนักเรียน

1.2 ญี่ปุ่น: นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันตามกลุ่ม ดังต่อไปนี้ กลุ่มแรก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรีจะให้ความสนใจกับการทำสปา การนวดแผน โบราณและการเรียนทำอาหารไทย ส่วนกลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้สูงอายุหรือเกษียณอายุ กลุ่มประชุมและสัมมนา กลุ่มการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กลุ่มนี้บริษัทเอกชนในประเทศญี่ปุ่นมักจะมีการให้รางวัลพนักงานเป็นตัวเดินทางในการเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย Incentive & Corporate กลุ่มสุดท้ายเป็นกลุ่มที่เดินทางมาแต่งงานในประเทศไทย Wedding กลุ่มฮันนีมูน และกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ส่วนตลาดทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นยังให้ความสนใจอยู่ คือ กอล์ฟและทะเล

2. พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทวีปยุโรป ที่มาเยือนประเทศไทย มีดังนี้

2.1 สเปน: คนสเปนจะท่องเที่ยวแบบครอบครัวรองลงมาเป็นการท่องเที่ยวแบบคู่รักและการท่องเที่ยวคนเดียว ตามลำดับ เนื่องจากสเปนมีแหล่งท่องเที่ยวคล้ายกับประเทศไทย คือ หาดทรายและชายทะเล ทั้งนี้ชาวสเปนให้ความสนใจด้านโบราณสถาน ประเพณี วัฒนธรรม สินค้าท้องถิ่น รวมทั้งอาหารไทยค่อนข้างมาก เนื่องจากมีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

2.2 สหราชอาณาจักร: นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เน้นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้นและการท่องเที่ยวได้รับความสนใจเฉพาะบางกลุ่ม เช่น กลุ่มแต่งงาน กลุ่มกอล์ฟ ดำน้ำ รวมถึงกลุ่มสนใจการทำอาหารไทย ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในสหราชอาณาจักร นอกจากนี้กลุ่มผู้พำนักอยู่นาน โดยเฉพาะผู้สูงอายุก็ให้ความสนใจประเทศไทยเป็นพิเศษมากขึ้น

3. พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาที่มาเยือนประเทศไทย มีดังนี้

3.1 แคนาดา: นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและให้ความสนใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ไปเยือน ประเภทของกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การรับประทานอาหารไทย รองลงมา คือ การจับจ่ายสินค้า การท่องเที่ยวในสถานบันเทิงยามค่ำคืน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการดำน้ำ เป็นต้น ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากแคนาดาให้ความนิยม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภท ทะเล ชายหาด การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญทางทะเลการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ตลอดจนการท่องเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3.2 บราซิล: นิยมแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและการจับจ่ายสินค้าเป็นอย่างมากนอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวบราซิลบางกลุ่ม ชื่นชอบที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทยมวยไทย รำไทย ดนตรีไทย นวดแผนไทยและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของไทย

4. พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทวีปเอเชียเนี่ยที่มาเยือนประเทศไทย มีดังนี้

4.1 ออสเตรเลีย: นักท่องเที่ยวออสเตรเลียส่วนหนึ่งนิยมแวะพักประเทศไทย ระยะสั้นในเส้นทางกลับจากยุโรป โดยไทยมีจุดขายที่สำคัญ คือ การจับจ่ายซื้อของ Shopping และการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง สำหรับสินค้าทางการตลาดที่อยู่ในความสนใจนักท่องเที่ยวออสเตรเลียที่มีโอกาสสดใส ได้แก่ กลุ่มตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องธรรมชาติการผจญภัยและกีฬา เช่น ปีนเขา เดินป่า ดำน้ำ เป็นต้น

5. พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทวีปแอฟริกาที่มาเยือน ประเทศไทย มีดังนี้

5.1 แอฟริกาใต้: สำหรับนักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้ที่เดินทางมาเยือน ประเทศไทยส่วนใหญ่ จะให้ความสนใจสภาพทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปะแบบไทย โดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาข้อมูลและความรู้ที่แปลกใหม่ไปจากสภาพการดำเนินชีวิตในสังคมของตน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวแอฟริกาใต้โดยรวมจะให้ความสนใจในเรื่องของกีฬา การจับจ่ายสินค้ารวมทั้งยังชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล กิจกรรมที่สนใจ คือ กีฬาทางน้ำ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีป ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็น

หนึ่งปัจจัยของการพิจารณาและลดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยในปัจจุบัน

2.4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวระหว่างการพักที่ถนนข้าวสาร

มูทิตา แมนเมตกุล (2548) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวระหว่างการพักที่ถนนข้าวสารไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองย่านถนนข้าวสาร ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายแบบประหยัด และดำเนินชีวิตแบบง่าย ๆ มักจะแต่งกายด้วยชุดลำลอง ด้วยเครื่องประดับน้อยชิ้นเนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อน และเพื่อความสะดวก คล่องตัว ในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการประหยัดเวลาและงบประมาณในการช้อปปิ้ง

พฤติกรรมในการใช้ชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวที่พักอาศัยในย่านถนนข้าวสาร หลังจากตื่นนอนในช่วงเช้า นักท่องเที่ยวจะเริ่มทยอยออกจากที่พัก เพื่อรับประทานอาหารเช้าในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง ก่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรม อยู่ในรัศมีเดินทาง 2 กิโลเมตร หรืออาศัยรถรางที่ให้บริการพาเที่ยวชมบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจจะเตรียมตัวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดต่างๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ในช่วงกลางวันหลังรับประทานอาหารเช้า นักท่องเที่ยวอาจจะพักผ่อนโดยการดูภาพยนตร์ต่างประเทศในร้านอาหาร ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มักจะรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มตลอดช่วงบ่าย บางคนอาจจะไปส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่มีบริการอยู่หลายแห่ง บ้างก็ไปสอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ ศูนย์บริการการท่องเที่ยว หรือไปติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในประเทศหรือประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย บ้างก็เดินดูของที่ระลึก เครื่องประดับ ซีดีเพลง ซึ่งมีจำหน่ายตั้งแต่เช้าจนค่ำ ช่วงเย็นนักท่องเที่ยวจะกลับจากการท่องเที่ยวหรือศูนย์การค้า จะกลับมานั่งเขียนจดหมาย เขียนโปสการ์ดส่งให้เพื่อนๆ ของคนในประเทศเดียวกันบ้างก็เตรียมการเดินทางไปไปยังจังหวัดอื่นๆ แต่ส่วนใหญ่จะนั่งรับประทานอาหารเย็นพูดคุย ดูภาพยนตร์ ไปจนกระทั่งร้านอาหารปิดในเวลา 01.00 น. จึงกลับห้องพัก

2.5 ความรู้เกี่ยวกับถนนข้าวสาร

2.5.1 ประวัติความเป็นมาของถนนข้าวสาร

ถนนข้าวสาร เป็นถนนในท้องที่แขวงตลาดยอด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีระยะทางเริ่มตั้งแต่ถนนจักรพงษ์หน้าวัดชนะสงคราม ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ จนถึงถนนตะนาวใกล้ สีแยกคอกวัว

ถนนข้าวสารเป็นถนนที่สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2435 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยกรมโยธาธิการได้กราบบังคมทูลให้ตัดถนนตรอกข้าวสาร เริ่มตั้งแต่ถนนหน้าวัดชนะสงคราม (ซึ่งได้นามว่าถนนชนะสงคราม) ตัดมาทางตะวันออกตามตรอกข้าวสารแล้วสร้างสะพานข้ามคลองมาบรรจบกับถนนเพื่อนครตอนหน้าสวนหลวงตึกดิน พระราชทานนามถนนตามเดิมว่า "ถนนข้าวสาร"

ถนนข้าวสาร เดิมเป็นย่านเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นตรอกที่ขายข้าวสาร เป็นแหล่งค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนคร ซึ่งข้าวสารจำนวนมากจะถูกขนส่งมาจากฉางข้าวหลวง สะพานข้างโรงสี ริมคลองคูเมืองเดิม หรือ ปัจจุบันก็คือ คลองหลอด เลียบตามแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นที่ท่าเรือบางลำพู เพื่อนำข้าวมาขายให้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่างๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ก็ยังขายถ่านหุงข้าว ของชำ โดยถัดออกไป 1 ถนน จะเป็นคลองที่เชื่อมต่อมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา มีการค้าขายข้าวสารมากมายจึงเรียกว่าตรอกข้าวสาร (เพราะขนาดเล็ก) ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นถนนข้าวสาร หลังจากนั้นก็เริ่มเกิดชุมชนขึ้น และขยับขยายต่อไป ต่อมาเริ่มมีร้านขายของมากขึ้น เช่นร้านขายของเล่น อย่างลูกข่าง ร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือ

ช่วงรัชสมัยรัชกาลที่ 7 ถึงรัชกาลปัจจุบัน เป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ทำให้การบริหารประเทศได้รับการปรับปรุงพัฒนา มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม มีการหลั่งไหลเข้ามาของเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่างๆ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระยะแรกมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของกรุงรัตนโกสินทร์ไม่มากนัก การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของถนนข้าวสารจึงเป็นในเรื่องขอบเขตของการครอบครองพื้นที่และความหนาแน่น เป็นชุมชนเดิมที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจตั้งแต่ระยะแรกๆ เป็นลักษณะผสมของที่อยู่อาศัยและประกอบการค้าลักษณะบ้านเรือนที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว หรือสองชั้นปลูกเรียงรายขนานไปตามแนวถนนบ้านไทยทรงยุโรป และมีตึกอาคารพาณิชย์ ซึ่งชาวจีนได้เข้ามาทำน้าอาศัยและเริ่มทำการค้าขายรวมทั้งบริเวณถนนรามบุตรีมีโรงแรมเกิดขึ้นเพื่อรองรับผู้เข้ามาติดต่อธุรกิจการค้า และข้าราชการ

ที่มาติดต่อกับส่วนกลางและสถานที่ราชการบริเวณถนนราชดำเนิน หลังจากนั้นบ้านพักอาศัยจึงเริ่มแบ่งห้องเช่าภายในบ้านให้คนไทยเช่า

ในช่วงปีพ.ศ. 2515-2516 โรงแรมเวียงใต้ที่ถนนรามบุตรีได้เริ่มทำบริษัททัวร์นำนักเรียนจากออสเตรเลียมาเที่ยวที่เมืองไทย แต่ในเวลานั้นไม่มีที่พักราคาถูกทางทัวร์จึงต้องจัดหาที่พักราคาถูกให้ ซึ่งขณะนั้น ตุ่มเกสต์เฮาส์ เป็นบ้านเช่าที่อยู่บนถนนข้าวสารมานานมีห้องแบ่งเช่าไว้สำหรับคนไทยพัก บริษัททัวร์จึงให้นักเรียนออสเตรเลียไปพัก นับแต่นั้นมาชาวต่างชาติก็เริ่มเพิ่มมากขึ้น จนกระทั่งราวปี พ.ศ. 2522 บอนนี่เกสต์เฮาส์ ซึ่งเกิดขึ้นเป็นแห่งที่ 2 (ดำเนินการมาถึงปัจจุบัน) เป็นบ้านเดิมที่แบ่งห้องให้คนไทยเช่า ได้เปลี่ยนเป็นที่พักแบบประหยัด ในราคาเช่าเพียงคืนละ 30 บาท หลังจากนั้นบ้านข้างเคียงจึงเปิดให้บริการตามกันมาอีกหลายแห่ง ช่วงแรกยังไม่เป็นธุรกิจที่จริงจังมาก เนื่องจากเจ้าของที่พักแบบประหยัดมีอาชีพประจำกันอยู่แล้ว ที่พักแบบประหยัดจึงเป็นแค่ธุรกิจขนาดเล็กภายในชุมชนเท่านั้น มีสภาพเป็นบ้านไม้สองชั้น มีบริเวณสวน มีการแบ่งเนื้อที่ใช้สอยภายในบ้านและมีขนาดไม่ใหญ่โต บ้านหนึ่งหลังสามารถรับนักท่องเที่ยวได้ 4-6 คน มีห้องพักประมาณ 2-4 ห้อง ราคาคืนละประมาณ 40-50 บาทสำหรับห้องเดี่ยว และ 100 บาทสำหรับห้องคู่ จากคำบอกเล่าปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักที่พักแบบประหยัดย่านถนนข้าวสาร และหนังสือคู่มือท่องเที่ยวในประเทศไทยที่แนะนำถนนข้าวสารเกี่ยวกับราคาที่พักราคาถูก อาหารหลากหลาย และการเดินทางที่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นที่ยึดใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างกว้างขวางขึ้น นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบประหยัดจึงมุ่งหน้ามายังถนนสายนี้ (ปรารภณา รัตนะสิทธิ์, 2550: 13-14,46)

จากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการเดินทางภายในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งการประสบความสำเร็จอย่างมากจากปีการท่องเที่ยวโดยเฉพาะปี พ.ศ. 2525 ซึ่งเป็นปีแห่งการเฉลิมฉลองกรุงเทพมหานครครบรอบ 200 ปี ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เข้ามาเช่าห้องพักอาศัยย่านถนนข้าวสาร ซึ่งอยู่ติดกับเขตพระบรมมหาราชวัง และอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ เพื่อเที่ยวชมเมืองหลวงของไทยในช่วงเทศกาลสำคัญนี้ และเริ่มมีฝรั่งเข้ามามาถ่ายภาพยนตร์ฮอลลีวูด โดยมีทีมงานกองถ่ายมาอยู่กันจำนวนมาก ที่มาเช่าที่ เช่าเกสต์เฮาส์ ซึ่งตอนนั้นยังไม่มี ก็ต้องเช่าจากบ้านที่อยู่แถวนั้นซึ่งใช้แบ่งเช่า จึงเป็นที่มาของเกสต์เฮาส์ เกสต์เฮาส์ของชาวต่างชาติเริ่มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2528-2529 ระยะเวลาเริ่มมีคนเข้ามาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นศูนย์รวมของพวกแบ็คแพ็คเกอร์ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จนเป็นที่โด่งดังในที่สุด ทำให้ธุรกิจที่พักแบบประหยัดเกิดเป็นธุรกิจขึ้นอย่างเต็มตัว มีการขยายตัวเป็นจำนวนมาก มีทั้งการรื้ออาคารเก่าริมถนนข้าวสาร ดัดแปลงอาคารพาณิชย์เดิมเป็นที่พักแบบ

ประหยัด หรือแม้กระทั่งปรับปรุงอาคารพาณิชย์ด้านบนแบ่งห้องเป็นที่พักให้นักท่องเที่ยวเช่า โดยชั้นล่างยังคงทำการค้า แต่การขยายตัวของที่พักแบบประหยัดไม่เพียงเกิดขึ้นที่ริมถนนข้าวสารเท่านั้น มีการกระจายตัวไปด้านหลังของถนนข้าวสารด้วย รวมทั้งมีการรื้อกลุ่มบ้านพักอาศัยเพื่อสร้างเป็นที่พักแบบประหยัดที่มีขนาดใหญ่ ความจุมากกว่า 20 ห้องขึ้นไป ต่อมาย่านถนนข้าวสารมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอีกทีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมากลายเป็นย่านบันเทิงยามราตรีที่สำคัญของกรุงเทพฯ

2.5.2 การเดินทางไปถนนข้าวสาร

ถนนข้าวสาร เป็นถนนในท้องที่แขวงตลาดยอด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เชื่อมระหว่างถนนตะนาว และถนนจักรพงษ์ ซึ่งเป็นถนนในย่านบางลำพูถนนข้าวสาร อยู่ใกล้กับสนามหลวงและพระบรมมหาราชวัง โดยใช้เวลาเดินทางไปประมาณ 10 นาทีเท่านั้น สามารถเดินทางไปถนนข้าวสารได้หลายวิธี ได้แก่

1. รถยนต์
2. รถแท็กซี่
3. รถโดยสารประจำทาง
 - ก. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 3 หมอชิตใหม่ - คลองสาน
 - ข. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 6 พระประแดง - บางลำพู
 - ค. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 9 ท่าอากาศยานเจรัญ - สถานีรถไฟสามเสน
 - ง. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 30 นนทบุรี - สายใต้ใหม่
 - จ. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 33 ปทุมธานี - สนามหลวง
 - ฉ. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 43 ตลาดปิ่นทอง - เทเวศร์
 - ช. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 64 กระทรวงพาณิชย์ใหม่ - สนามหลวง
 - ซ. รถโดยสารประจำทาง สายที่ 65 วัดปากน้ำ - สนามหลวง
 - ฅ. รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ สายที่ 6
 - ญ. รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ สายที่ 17

2.5.3 ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถนนข้าวสาร

กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์ (2545) ได้ทำการวิจัยพบว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งพบปะของนักท่องเที่ยวประเภทสะพายเป้ถึงร้อยละ 78.38 กลุ่มรองลงมาคือนักท่องเที่ยวประเภทฮิปปี ร้อยละ 18.92

คัมภีร์ คุปต์กานต์ (2542) ระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้ คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายเงินน้อย รักธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงที่จะใช้จ่ายเงินให้กับบริการการท่องเที่ยวที่มีราคาสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รู้ว่าจะใช้เงินและใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยอย่างไร โดยปราศจากการใช้บริการของบริษัทจัดนำเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้จะเดินทางไปท่องเที่ยวหลาย ๆ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งภาคเหนือ ชายหาด ทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ไทย ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นต้องมีราคาที่ไม่แพง

2.5.4 ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้มาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสาร

ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสารนั้น คัมภีร์และคณะ (2542) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ประหยัด เพราะบนถนนข้าวสารมีที่พักราคาถูก โปรแกรมท่องเที่ยว ราคาถูก อาหารราคาถูก และสินค้าราคาถูกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้มาก เนื่องจากสินค้าและบริการส่วนใหญ่บนถนนข้าวสารมีราคาถูกกว่าที่อื่น
2. บรรยากาศยามค่ำคืนดี เพราะมีร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ ผับ บาร์ ให้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมบันเทิงได้ตลอดทั้งคืน
3. มีโอกาสพบปะผู้คนหลายชาติหลายภาษา เพราะเป็นแหล่งชุมนุม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำความรู้จักกับนักท่องเที่ยวชาติอื่นได้ง่ายและสะดวก
4. อยู่ใจกลางเมือง คือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวซื้อสินค้าราคาถูกที่บางลำภู เดินเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์ และสถานที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพมหานครได้สะดวก เนื่องจากถนนข้าวสารอยู่บริเวณศูนย์กลางของกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายด้วยการเดินเท้าหรือการโดยสารประจำทาง แท็กซี่ ตุ๊กตุ๊ก

มอเตอร์ไซด์ ฯลฯ ด้วยระยะทางอันสั้น ซึ่งถือว่าการประหยัดทั้งเงินและเวลาของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

5. ท่องเที่ยวที่อื่นได้สะดวก คือ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้ง่าย เช่น เกาะสมุย ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น เนื่องจากบนถนนข้าวสารมีร้านบริการจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว รับจองที่พัก และจำหน่ายตั๋วเดินทางให้เลือกมากมาย ซึ่งร้านดังกล่าวมีสินค้าและบริการที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังมีราคาถูกอีกด้วย

สำหรับช่องทางการรับรู้เรื่องถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้ มีช่องทางต่างๆ ดังต่อไปนี้ (คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ, 2542: 55)

1. หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว (Guide Book) คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้จำนวนมากที่มาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสารจะรู้จักและสนใจถนนข้าวสารจากการศึกษาหาข้อมูลและอ่านจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจบนถนนข้าวสารเห็นตรงกันว่า หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยเฉพาะหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวที่มีชื่อว่า Lonely Planet

2. ปากต่อปาก (Words of Mouth) คือ บางครั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้จะทราบเรื่องเกี่ยวกับถนนข้าวสารจากการบอกต่อของนักท่องเที่ยวท่านอื่นที่เคยเดินทางมาถนนข้าวสารแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้เกิดความรู้สึกสนใจและต้องการมาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสารบ้าง สอดคล้องกับที่ ศิริกาญจน์ กุลดิกลสัมพันธ์ เล่าว่า “พวก Backpackers เวลาที่อยู่ในประเทศใด มักจะมีการบอกกันปากต่อปาก และมีการส่งอีเมลล์เผยแพร่กันในกลุ่ม” ด้วย

3. อินเทอร์เน็ต (Internet) คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยและถนนข้าวสารได้จากทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันถนนข้าวสารมีเว็บไซต์ของที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวถนนข้าวสารไว้ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ เช่น www.kaosan.com, www.trekkingthai.com เป็นต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับถนนข้าวสารจากทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ www.tat.or.th ได้อีกด้วย

4. ช่องทางอื่นๆ เช่น นวนิยายและภาพยนตร์เรื่อง The Beach ซึ่งมาถ่ายทำบนถนนข้าวสาร อ่าวมาหยา และหาดนพรัตน์ธารา จังหวัดกระบี่ ทำให้ผู้ที่อ่านนวนิยาย

หรือชมภาพยนตร์เรื่องนี้สนใจมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยและถนนข้าวสารมากขึ้น เนื่องจากมีข้อความตอนหนึ่งของนวนิยายเรื่อง The Beach ที่ผู้ประพันธ์บรรยายถนนข้าวสารว่า “เป็นเหมือนแหล่งผสมผสานระหว่างตะวันออกและตะวันตก นักท่องเที่ยวทุกคนที่แบกเป้ใบใหญ่ต่างรู้จักดีว่า คำว่า ถนนข้าวสาร เปรียบเหมือนรหัสผ่านของนักเดินทาง ซึ่งถนนนี้มีนักเดินทางนับล้านๆ คนจากทุกมุมโลกหลากหลายภาษา แต่ก็สามารถสื่อสารกันได้ เพราะมีแผ่นป้ายเมนูอาหารหลายภาษา และนักท่องเที่ยวจะใช้ถนนข้าวสารเป็นศูนย์กลางสำหรับการเดินทางไปทีอื่น” (คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ, 2542: 77)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกพร ศิริโรจน์ (2545) ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ :กรณีศึกษา สถานที่พักแรม ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการบริการสถานที่พักแรมที่ถนนข้าวสารพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และในการทดสอบสมมุติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุดในการพักแรมที่ถนนข้าวสารคือ ปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง สำหรับสิ่งกระตุ้นที่เป็นแรงจูงใจและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ราคาของสถานที่พักแรมโดยนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากราคาให้เขาเมื่อเทียบกับคุณภาพ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักแรมสะอาดและการให้การต้อนรับของผู้ประกอบการส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวอยากให้รีบแก้ไขมากที่สุดคือปัญหาการจราจรโดยอยากให้มีการจัดระบบและระเบียบการจราจร ทางเดินเท้าที่ถนนข้าวสารเพื่อความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

อมร เจริญโรจน์ และคณะ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการที่พักแรมย่านถนนข้าวสาร

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติย่านถนนข้าวสารมีสัญชาติและถิ่นที่อยู่จากยุโรปมากที่สุด ส่วนใหญ่มาจากประเทศ ฝรั่งเศส อังกฤษ และออสเตรเลีย ในอัตราส่วนที่เท่ากัน โดยมีเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพเป็นโสด และมีรายได้ไม่เกิน 20,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติย่านถนนข้าวสาร

พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง โดยระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยมากกว่า 7 วัน โดยส่วนใหญ่ มีความสนใจและเลือกเดินทางมาประเทศไทยเพราะการท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพ ตามลำดับ สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกพักที่ย่านถนนข้าวสาร คือ ที่พักมีราคาถูก สิ่งที่ต้องปรับปรุงบริเวณที่พักย่านถนนข้าวสารมากที่สุด คือ ความสะอาด พบว่ามีสัดส่วนมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการที่พักแรมย่านถนนข้าวสาร พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ในระดับปานกลาง พบว่านักท่องเที่ยวให้ด้านราคามีผลกระทบมากที่สุด คือ ราคาควรเหมาะสมกับสภาพที่พักและการให้บริการ และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักในย่านอื่นๆ ด้านผลิตภัณฑ์จะตระหนักถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ให้ความสะดวกในการจองและชำระเงิน มีจุดรับจองและรับชำระเงินหลายทาง เช่น ผ่านตัวแทนจำหน่าย โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และด้านส่งเสริมการตลาด คือ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่พักอยู่นาน

ฐิติรัตน์ สุขพาสณ์เจริญ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศย่านถนนข้าวสารที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย" โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า

ในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ในระดับปานกลาง และหลังจากเดินทางมาแล้วส่วนใหญ่มีความประทับใจในด้านวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และความเป็นมิตรของคนไทยเป็นอย่างมาก และพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจในเรื่องต่างๆ มากขึ้นกว่าก่อนการเดินทางมาประเทศไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยประสบกับปัญหาและความไม่สะดวกบ้างระหว่างพักในประเทศไทย เช่น ปัญหามลภาวะ การจราจร อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดหวังที่จะกลับมาเยือนประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้า

กัญจนา ชุนหศิริรักษ์ (2543) ทำการศึกษาเรื่อง "ถนนข้าวสาร...ย่านที่พักราคาถูกดึงดูดนักท่องเที่ยวสะพายเป้" จากการศึกษาพบว่า ถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกประหยัดที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสะพายเป้ หรือที่นิยมเรียกกันว่า Backpacker จากประเทศต่างๆ ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และพำนักสถานที่พักแรมถนนข้าวสารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักตามเกสต์เฮาส์เพราะมีราคาถูกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบวงจร นอกจากนี้ยังได้พบปะผู้คนต่างภาษาจำนวนมาก

รวมทั้งสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในกรุงเทพฯ อาทิ วัดพระแก้ว พระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ท่าเทียบเรือด่วนเพื่อท่องเที่ยวทางน้ำ เป็นต้น รวมทั้งมีบริการรถทัวร์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ ในต่างจังหวัด

วัชรภรณ์ ระยับศรี (2551) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่าจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดว่าเป็นเรื่องที่ดีที่ควรช่วยกันอนุรักษ์และศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามพิธีกรรมโดยการไปนมัสการไหว้พระ ทำบุญตามวัดมากที่สุด วัดยอดนิยมได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กิจกรรมที่นิยมปฏิบัติคือ เยี่ยมชมศิลปกรรมและความงามของวัด ความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีต่อสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของเกาะรัตนโกสินทร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ประโยชน์ที่ได้รับจากการเดินทางคือการได้ผ่อนคลายความเครียด เกิดความสบายใจ รองลงมาคือได้พัฒนาจิตใจ ทำให้จิตใจสงบ

สมกมล พวงพรหม (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและ พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนข้าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อความสนุกสนานบันเทิง ที่พักราคาถูก และเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า

จากการศึกษาทัศนคติในการท่องเที่ยวชุมชนข้าวสารด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเกี่ยวกับราคาที่พักรอยู่ในระดับดี ส่วนเรื่องทัศนคติเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยของที่พักร อยู่ในระดับไม่ดี
2. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบดนตรีในบาร์เบียร์ ผับ คลับ หรือสถานบันเทิง อยู่ในระดับดี ส่วนทัศนคติเรื่องความหลากหลายในการให้บริการ ราคาของเครื่องดื่ม ความหรูหราและคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการ อยู่ในระดับปานกลาง
3. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเกี่ยวกับรสชาติของอาหารไทย และความหลากหลายของร้านอาหาร อยู่ในระดับที่ดี ส่วนทัศนคติเรื่องรสชาติของอาหารนานาชาติ คุณภาพอาหารของอาหารนานาชาติและคุณภาพอาหารไทย อยู่ในระดับปานกลาง

4. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเกี่ยวกับความหลากหลายของการบริการ ราคา ค่าบริการและการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

มุทิตา แมนเมตตกุล (2548) ได้ทำการศึกษา การกลับมาเที่ยวซ้ำถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ แหล่งสถานบันเทิง และร้านอาหาร ความใกล้ชิดสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น พระบรมมหาราชวัง บริการพนักงานในร้านอาหาร และสถานบันเทิง บริการพนักงานในที่พัก ความปลอดภัยในที่พัก และราคาที่เหมาะสมในร้านอาหารและสถานบันเทิง

คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ (2542) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาถนนข้าวสารให้เป็นแหล่งพักผ่อนของนักท่องเที่ยวแบบประหยัด ศึกษาเพื่อเสนอโครงการ/มาตรการเพื่อการพัฒนาฯ” โดยในการศึกษาวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาพักในบริเวณถนนข้าวสาร ราคาถูก บรรยากาศดี ได้พบปะกับผู้คนมาก นอกจากนี้ยังมีแหล่งจับจ่ายซื้อของและอยู่กลางใจเมือง สำหรับปัญหาที่ถนนข้าวสารมีหลายประการ เช่น ความแออัด หาบเร่ แผงลอย แท็กซี่ สามล้อ การจราจร เกสต์เฮาส์ การป้องกันอัคคีภัย การดื่มกินเปิดเพลงตลอดคืน การค้าขายที่หลอกลวงฉ้อโกง ทูตต่างชาติ เด็กเร่ร่อนขอทาน วัฒนธรรมประเพณีที่ถดถอย มลภาวะและขยะมูลฝอยที่ล้นเมือง สาเหตุของปัญหาต่างๆ มาจากการปล่อยให้เติบโตอย่างไร้ทิศทาง ปราศจากการควบคุมดูแลเท่าที่ควร และถนนข้าวสารเสมือนอยู่ในสูญญากาศหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่างลังเล หรือขาดพลัง วิธีการแก้ปัญหา คือ จัดทำแนวทางพัฒนา และจำกัดขนาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถนนข้าวสาร

ธวัช เอี่ยมเจริญ (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “บทบาทที่พักแบบประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเมือง กรณีศึกษาบริเวณถนนข้าวสาร” โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศย่านถนนข้าวสาร รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และประชาชนในย่านดังกล่าว ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สรุปผลได้ดังนี้คือ

1. นักท่องเที่ยวที่มาพักในเกสต์เฮาส์ย่านถนนข้าวสารมาจากทวีปยุโรปมากที่สุด รองลงมาได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

2. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ เป็นจำนวนร้อยละ 23.80 รองลงมาได้แก่อาชีพรับจ้างร้อยละ 28.57 นักศึกษาร้อยละ 16.06

3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 54.76 เป็นนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเคยมาเมืองไทยเป็นครั้งแรก และรองลงมาคือเดินทางมามากกว่าสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.82 นักท่องเที่ยวที่เคยมาเมืองไทยแล้วส่วนใหญ่มักจะเดินทางกลับมาอีก เนื่องจากติดใจในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว ความมีน้ำใจ และที่สำคัญที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายในการครองชีพในระหว่างที่พักอยู่ในประเทศไทย

4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่พักย่านถนนข้าวสารมีรายได้ประมาณ 25,025 – 37,500 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือนและรายได้ 37,525 – 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.90 และร้อยละ 16.70 ตามลำดับ

5. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางใหญ่มาพร้อมคิดเป็นร้อยละ 42.86 เดินทางมาคนเดียวคิดเป็น ร้อยละ 40.48 เดินทางมาพร้อมกับสามีหรือภรรยาร้อยละ 14.28 และเดินทางมากับบุตรร้อยละ 2.38

6. ในด้านจำนวนวันพักแรกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวที่พักในย่านถนนข้าวสารนั้น พบว่าเป็นการพักแรมมากกว่า 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.15 รองลงมาจำนวน 8-14 วัน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และที่เหลือ ร้อยละ 14.28 เป็นการพักแรมระหว่าง 2 – 7 วัน

7. นักท่องเที่ยวย่านถนนข้าวสาร ส่วนใหญ่จะสนใจท่องเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และการเดินทางท่องเที่ยวสัมผัสธรรมชาติ เช่น ทิวป่า ลองแพ พักตามหมู่บ้านชาวเขาเผ่าต่างๆ และชายทะเล

8. นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือ ความงามตามธรรมชาติของทะเลและหาดทราย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น (Exploratory Research) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามระบบขั้นตอนตามที่ได้ศึกษามา โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งไม่จำกัดเพศชายและหญิง โดยเก็บตัวอย่างบริเวณ ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร



ภาพแผนที่ถนนข้าวสาร (กฤตยา จันทรโพธิ์ศรี : 2549, 4)

3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารทั้งชายและหญิง ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้

การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (Sample Size) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ประชากรเป็นกลุ่มที่ไม่ทราบค่าที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 :213) ดังนี้

$$n = \frac{p(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง
 P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม
 Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)
 E = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ซึ่งมีค่าสูงสุดเมื่อ $P = 0.50$ (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2544 : 74) ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้ตลาดเคลื่อนได้ 5% โดย

$$\begin{aligned} P &= 0.50 \\ Z &= \text{ณ ระดับความมั่นใจ 95\% ดังนั้น } Z = 1.96 \\ E &= \text{ความผิดพลาดที่พอจะยอมรับได้ 5\% ดังนั้น } E = 0.05 \\ n &= \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 400 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

3.1.3 การคัดเลือกตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ในการศึกษาวิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

3.1.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวินิจฉัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารนั้นได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในระหว่าง เดือนมีนาคม 2553

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งทางผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลในทฤษฎีและข้อมูลจากความต้องการของกลุ่มที่ต้องการทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารซึ่งนำมาประยุกต์เพื่อจัดทำเป็นข้อคำถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยนั้นประกอบไปด้วยคำถามส่วนต่างๆ 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ สัญชาติ การศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด

ตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะจากนักท่งเที่ยว

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ได้รับการออกแบบและสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดจากเอกสาร วรรณกรรม งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของคำถาม และได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.2.2 ความเที่ยงตรง (Validity)

การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่งเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา(Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

3.2.3 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจริง เป็นการทดสอบก่อน (Pre - test) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือของเครื่องมือโดยการหาค่าครอนบัคแอลฟา (Cronbach's Alpha) โดยพิจารณาจากเกณฑ์ระดับความน่าเชื่อถือตามที่ Jump (1978) ได้เสนอแนะเป็นเกณฑ์การยอมรับสำหรับแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือสูงไว้ดังนี้

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important research)

โดยผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis) โดยวิธีหาค่าครอนบัคแอลฟา (Cronbach's Alpha) จากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติด้านความต้องการของนักท่งเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.8341 และแบบสอบถามที่

เกี่ยวข้องกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.8474 ซึ่งสูงกว่า 0.7 สรุปได้ว่า ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่พักบริเวณถนนข้าวสาร โดยในการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกคำตอบด้วยตัวเอง

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานเพื่อขอสอบถามข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าพักอาศัยบริเวณถนนข้าวสาร
3. ผู้วิจัยเดินทางไปถนนข้าวสารเพื่อแจกแบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยซึ่งเข้าใจวัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคอยให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหา โดยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ฉบับ ช่วงเดือนมีนาคม 2553 ใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 30 วัน และผู้วิจัยรื้อกลับ
4. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน คัดเลือกเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ มาลงรหัสตัวเลข (code) โดยทำการบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป
6. นำข้อมูลที่ได้นั้นทึ่กไว้ ไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติและวิเคราะห์ผล

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้และใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) บรรยายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min)

2. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

3. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum_{i=1}^n x_i$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. 65)

ตัวอย่าง

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n x^2 - (\sum_{i=1}^n x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่ม
	X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
	n-1	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
	$(\sum_{i=1}^n x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum_{i=1}^n x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5. ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มกรณี ทราบค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มแบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Samples) ที่ระดับนัยได้ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1, 2, 3 และ 4 (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544.135)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	\bar{x}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	\bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดตัวอย่างที่ 2

ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2541: 266-268)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

MS_b แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Group)

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Group)

ทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มกรณีที่มีค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติทำการเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการ LSD

เกณฑ์การประเมิน

ในการทดสอบทัศนคติของนักท่องเที่ยวระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคั้น (Interval Scale) คำถามจะเป็นแบบ Likert Scale มีวิธีการให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับทัศนคติ

4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก

2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร สรุปผลการวิเคราะห์
ข้อมูลได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
2. ทักษะคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว
ต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร
3. พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่พักบริเวณถนนข้าวสาร
4. ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ชาย	226	56.5
2	หญิง	174	43.5
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ
สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 226
คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และเป็นเพศหญิง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับอายุ

ลำดับ	ระดับอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 20 ปี	38	9.5
2	21-30 ปี	258	64.5
3	31-40 ปี	74	18.5
4	41 ปีขึ้นไป	30	7.5
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามระดับอายุ สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน มีระดับอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5, ระดับอายุ 21-30 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5, ระดับอายุ 31-40 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5, ระดับอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสัญชาติ

ลำดับ	สัญชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เอเชีย	61	15.3
2	ยุโรป	271	67.8
3	อเมริกาเหนือ	33	8.3
4	อเมริกาใต้	8	2.0
5	ออสเตรเลีย	20	5.0
6	แอฟริกา	7	1.8
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสัญชาติ สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน มีสัญชาติเอเชีย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3, สัญชาติยุโรป จำนวน 271 คิดเป็นร้อยละ 67.8, สัญชาติอเมริกาเหนือ

จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3, สัญชาติอเมริกาใต้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0, สัญชาติออสเตรเลีย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0, สัญชาติแอฟริกา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับการศึกษา

ลำดับ	ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	145	36.3
2	ปริญญาตรี	167	41.8
3	สูงกว่าปริญญาตรี	88	22.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับการศึกษา สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3, ระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8, ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามสถานภาพ

ลำดับ	สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	โสด	314	78.5
2	สมรส	70	17.5
3	หย่าร้าง	16	4.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพ สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน สถานภาพโสด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5, สถานภาพสมรส จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5, สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับรายได้

ลำดับ	ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า US\$10,000	85	21.3
2	US\$10,000-19,999	30	7.5
3	US\$20,000-29,999	129	32.3
4	US\$30,000-39,999	18	4.5
5	US\$40,000-49,999	138	34.5
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามระดับรายได้ สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน รายได้ต่ำกว่า US\$10,000 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3, US\$10,000-19,999 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5, US\$20,000-29,999 จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3, US\$30,000-39,999 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5, US\$40,000-49,999 จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

ตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	นักเรียน/นักศึกษา	103	25.75
2	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	18.50
3	ธุรกิจส่วนตัว	66	16.50
4	ผู้ประกอบการ	48	12.00
5	ว่างงาน	109	27.25
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอาชีพ สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็น

ร้อยละ 18.5, ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5, ผู้ประกอบการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12, ผู้ว่างงาน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25

4.2 ทักษะคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

4.2.1 ทักษะคิดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 8 แสดงทักษะคิดด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1	อาหารไทย	4.34	.859	สนใจมากที่สุด
2	วัด	4.01	1.001	สนใจมาก
3	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.92	.908	สนใจมาก
4	ประเพณีท้องถิ่น/ เทศกาล	3.88	.935	สนใจมาก
5	วิถีชีวิตไทย	3.86	.936	สนใจมาก
6	ชุมชนโบราณ	3.50	1.007	สนใจมาก
7	ศิลปหัตถกรรม	3.23	1.108	สนใจปานกลาง
8	กีฬาไทย	3.10	1.251	สนใจปานกลาง
9	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	3.08	1.163	สนใจปานกลาง
	รวม	3.65	.609	สนใจมาก

จากตารางที่ 8 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีทักษะคิดด้านความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการในกรุงเทพมหานครโดยมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือต้องการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความสนใจมาก ($\bar{x}=3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจก่อนที่จะเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือ อาหารไทย ($\bar{x}=4.34$) รองลงมาคือ วัด ($\bar{x}=4.01$) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($\bar{x}=3.92$) ประเพณีท้องถิ่น/ เทศกาล ($\bar{x}=3.88$) วิถีชีวิตไทย ($\bar{x}=3.86$) ชุมชนโบราณ

โบราณ ($\bar{x}=3.50$) ศิลปหัตถกรรม ($\bar{x}=3.23$) กีฬาไทย ($\bar{x}=3.10$) และหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ ($\bar{x}=3.08$) .

2.1.1 ทศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 9 แสดงทศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรม การท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ	เพศ				t-value	t-prob
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1.สถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	3.88	0.892	3.96	0.93	-0.813	0.417
2. ประเพณีไทยและเทศกาล	3.82	0.921	3.95	0.951	-1.385	0.167
3. แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตไทย	3.77	0.967	3.98	0.882	-2.274	0.024*
4. ชุมชนโบราณ	3.48	0.994	3.53	1.026	-0.486	0.627
5. แหล่งผลิตหัตถกรรม	3.14	1.129	3.35	1.072	-1.931	0.054
6. กีฬาไทย	3.19	1.28	2.98	1.205	1.692	0.091
7. หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	2.98	1.205	3.22	1.093	-2.066	0.039*
8. วัด	3.92	1.028	4.12	0.957	-1.939	0.053
9. อาหารไทย	4.33	0.879	4.36	0.835	-0.423	0.673
รวม	3.6101	0.6098	3.7168	0.60816	-1.738	0.083

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 9 ทศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่าง คือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความสนใจมากกว่าเพศชายในเรื่อง แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตไทย และหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์

ตารางที่ 10 แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

แหล่งท่องเที่ยวหรือ กิจกรรมการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	อายุ				F-value	F-prob
	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1. สถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	3.79 (1.018)	3.88 (0.873)	4.12 (0.843)	3.9 (1.155)	1.661	0.175
2. ประเพณีไทยและ เทศกาล	4.11 (0.863)	3.86 (0.932)	3.8 (0.891)	3.93 (1.143)	0.925	0.400
3. แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต ไทย	3.84 1.001	3.84 0.932	3.84 0.892	4.07 1.015	0.540	0.655
4. ชุมชนโบราณ	3.50 1.109	3.44 0.971	3.70 1.003	3.60 1.163	1.449	0.228
5. แหล่งผลิตหัตถกรรม	3.53 1.109	3.20 1.128	3.16 1.034	3.27 1.112	1.063	0.365
6. กีฬาไทย	3.18 1.353	3.21 1.275	2.84 1.086	2.7 1.179	2.817	0.039*
7. หอศิลป์และ พิพิธภัณฑ์	3.16 1.053	3.03 1.164	3.16 1.147	3.27 1.337	0.611	0.608
8. วัด	3.18 0.982	3.396 1.015	4.11 0.885	3.87 1.167	0.995	0.395
9. อาหารไทย	4.39 0.790	4.32 0.875	4.49 0.763	4.13 1.008	1.399	0.243
รวม	3.74 0.57	3.63 0.60	3.69 0.60	3.63 0.74	0.437	0.727

จากตารางที่ 10 ทศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างในเรื่องกีฬาไทย และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านความสนใจกีฬาไทยโดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	\bar{x}	ผลต่าง				ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		F-prob				
		ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20	3.18	-	0.919	0.163	0.111	(อายุ 21-30 ปี
21-30	3.21	-	-	0.025*	0.035*	กับ 31-40 ปี
31-40	2.84	-		-	0.609	และอายุ 41 ปี
41 ปีขึ้นไป	2.70	-			-	ขึ้นไป)

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 21-30 ปี มีทัศนคติที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 21-30 ปี มีความสนใจต่อการท่องเที่ยวด้านกีฬาไทย มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 12 แสดงทัศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	สถานภาพ			F-value	F-prob
	โสด \bar{x} (S.D)	สมรส \bar{x} (S.D)	หย่าร้าง \bar{x} (S.D)		
1. สถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	3.88 0.899	3.99 0.955	4.44 0.727	3.191	0.042*
2. ประเพณีไทยและเทศกาล	3.83 0.930	3.99 1.000	4.38 0.500	3.157	0.044-*
3. แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตไทย	3.81 0.942	4.06 0.899	4.00 0.894	2.281	0.103
4. ชุมชนโบราณ	3.50 0.974	3.49 1.126	3.75 1.125	0.499	0.607
5. แหล่งผลิตหัตถกรรม	3.19 1.111	3.34 1.089	3.44 1.153	0.800	0.450
6. กีฬาไทย	3.11 1.265	3.17 1.167	2.63 1.310	1.271	0.282
7. หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	3.03 1.125	3.23 1.276	3.50 1.317	1.926	0.147
8. วัด	3.97 1.042	4.11 0.860	4.13 0.719	0.677	0.509
9. อาหารไทย	4.39 0.821	4.20 0.957	4.13 1.088	1.895	0.152
รวม	3.6315 0.60485	3.302 0.63915	3.8194 0.53499	1.350	0.260

จากตารางที่ 12 ทศนคติด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ ด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยรวมไม่พบความแตกต่าง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่าง คือ ประเพณีไทย และเทศกาล และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	\bar{x}	ผลต่าง			ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		ไสด	F-prob สมรส	หย่าร้าง	
ไสด	3.88	-	0.356	0.016*	ไสด กับ หย่าร้าง
สมรส	3.99	-	-	0.072	
หย่าร้าง	4.44	-	-	-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพไสดมีความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านประเพณีไทยและเทศกาล จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	\bar{x}	ผลต่าง			ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
โสด	3.83	-	0.208	0.023*	โสด กับ หย่าร้าง
สมรส	3.99	-	-	0.132	
หย่าร้าง	4.38	-	-	-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพโสดมีความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านประเพณีไทยและเทศกาล มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง

4.2.2 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 15 แสดงทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ทศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น	4.11	.990	เห็นด้วยมาก
2	กรุงเทพมหานครมีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่	4.03	.896	เห็นด้วยมาก
3	กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.99	.908	เห็นด้วยมาก
4	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น	3.95	.926	เห็นด้วยมาก
5	กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ	3.93	.894	เห็นด้วยมาก
6	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมากยิ่งขึ้น	3.91	.974	เห็นด้วยมาก
7	กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์	3.87	.926	เห็นด้วยมาก
8	กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นไทย	3.80	.936	เห็นด้วยมาก
9	กรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์	3.72	1.077	เห็นด้วยมาก
10	กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.70	1.072	เห็นด้วยมาก
11	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักหัตถกรรมไทยมากยิ่งขึ้น	3.40	1.012	เห็นด้วยมาก
	ปานกลาง			
รวม		3.85	0.606	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 15 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมในกรุงเทพมหานครแล้วพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทศนคติต่อวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยสูงสุดคือได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น ($\bar{x}=4.11$) รองลงมา กรุงเทพมหานครมีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ($\bar{x}=4.03$) กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ($\bar{x}=3.99$) เข้าใจในวัฒนธรรมไทย

มากขึ้น ($\bar{x}=3.95$) กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ ($\bar{x}=3.93$) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมากยิ่งขึ้น ($\bar{x}=3.91$) กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{x}=3.87$) กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นไทย ($\bar{x}=3.80$) กรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ($\bar{x}=3.72$) กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{x}=3.70$) และรู้จักหัตถกรรมไทยมากยิ่งขึ้น ($\bar{x}=3.40$)

ตารางที่ 16 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจาก การท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	เพศ				t-value	t-prob
	ชาย \bar{x} (S.D.)	หญิง \bar{x} (S.D.)				
1.กรุงเทพมหานครมี ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.90	0.972	4.12	0.801	-2.449	0.015*
2.กรุงเทพมหานครมี ศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่	3.98	0.924	4.08	0.859	-1.089	0.277
3.กรุงเทพมหานครมีกิจกรรม ทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่ หลากหลายน่าสนใจ	3.88	0.914	4.01	0.886	-1.388	0.166
4.กรุงเทพมหานครมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถี ชีวิตความเป็นไทย	3.75	0.958	3.88	0.904	-1.385	0.167
5.กรุงเทพมหานครมี สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.58	1.157	3.87	0.927	-2.754	0.006*
6.กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่ เป็นเอกลักษณ์	3.81	0.939	3.94	0.907	-1.370	0.171
7.กรุงเทพมหานครมีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์	3.63	1.144	3.84	0.973	-1.990	0.047*

ตารางที่ 16 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจาก การท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	เพศ				t-value	t-prob
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	(S.D.)	\bar{x}	(S.D.)		
8. คุณมีความเข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมากยิ่งขึ้น	3.58	1.007	3.99	0.928	-1.367	0.172
9. เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น	3.91	0.953	4.01	0.889	-1.070	0.285
10. รู้จักหัตถกรรมไทยมากยิ่งขึ้น	3.31	1.056	3.50	0.944	-1.852	0.065
11. ได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น	4.11	1.019	4.11	0.955	-0.36	0.397
รวม	3.7928	0.62490	3.9411	0.57301	-2.435	0.015*

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 16 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าโดยภาพรวมพบความแตกต่าง โดยที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงเห็นด้วยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครมากกว่าเพศชาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงเห็นด้วยมากกว่าเพศชายในเรื่องกรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์

ตารางที่ 17 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว จากการเข้ามาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	อายุ				t-value	t-prob
	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1.กรุงเทพมหานครมี ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.92	3.95	4.16	4.03	1.120	0.341
2.กรุงเทพมหานครมี ศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่	3.95	4.02	4.16	3.87	0.994	0.395
3.กรุงเทพมหานครมีกิจกรรม ทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่ หลากหลายน่าสนใจ	1.089	0.897	0.759	0.937	0.279	0.840
4.กรุงเทพมหานครมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถี ชีวิตความเป็นไทย	0.837	0.917	0.819	0.973	1.196	0.311
5.กรุงเทพมหานครมี สถาปัตยกรรมที่เป็น เอกลักษณ์	4.03	3.80	3.80	3.60	0.317	0.813
6. กรุงเทพมหานครมีประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์	0.998	1.097	0.965	1.223	0.168	0.918
7. กรุงเทพมหานครมีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์	3.89	3.85	3.93	3.87	0.225	0.879
8. เข้าใจอุปนิสัยของคนไทย มากยิ่งขึ้น	0.981	0.908	0.881	1.137	2.568	0.054
9. เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมาก ขึ้น	3.82	3.73	3.72	3.60	4.538	0.004*
	0.926	1.062	1.141	1.248	0.793	0.909
	4.21	3.86	3.81	4.20	1.001	0.868

ตารางที่ 17 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว จากการเข้ามาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	อายุ				t-value	t-prob
	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
10. รู้จักเหตุการณ์ไทยมาก ยิ่งขึ้น	3.71 0.984	3.40 1.026	3.27 0.896	3.30 1.149	1.704	0.166
11. ได้เรียนรู้อาหารไทยมาก ยิ่งขึ้น	4.32 0.962	4.08 1.043	4.14 0.782	4.03 1.033	0.711	0.546
รวม	3.9856 0.529	3.8369 0.598	3.8698 0.599	3.8364 0.773	0.684	0.562

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 17 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยรวมไม่แตกต่างกันซึ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างในเรื่องนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้นจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้ว และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยรายคู่ความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	ผลต่าง				ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41 ปีขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20	4.42	-	0.002*	0.000*	0.113	อายุต่ำกว่า 20 ปี
21-30	3.93	-	-	0.197	0.426	กับอายุ 21-30
31-40	3.77	-	-	-	0.135	และ 31-40
41 ปีขึ้นไป	4.07	-	-	-	-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ จำแนกตามอายุด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นด้วยว่าหลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วมีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 และ 31-40

ตารางที่ 19 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจาก การท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	สัญชาติ						F-value	F-prob
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา เหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
1.กรุงเทพมหานครมี ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.88	3.95	4.45	4.13	4.20	3.86	2.323	0.042*
2.กรุงเทพมหานครมี ศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่	4.05	3.99	4.15	4.00	4.30	3.86	0.653	0.660
3. กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทาง วัฒนธรรมหรือเทศกาลที่ หลากหลายน่าสนใจ	0.891	0.913	0.870	0.926	0.801	0.690	0.894	0.485

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 19 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติ (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการ ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	สัญชาติ						F-value	F-prob
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา เหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
4.กรุงเทพมหานครมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความเป็นไทย	3.65	3.79	4.00	3.61	4.15	4.00	1.298	0.264
5.กรุงเทพมหานครมี สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.65	3.69	3.82	3.38	4.00	3.86	0.602	0.699
6.กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่ เป็นเอกลักษณ์	3.75	3.83	4.12	3.63	4.40	4.00	2.273	0.047*
7.กรุงเทพมหานครมีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์	3.50	3.72	4.27	2.88	3.95	3.57	3.541	0.004*
8.เข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมาก ยิ่งขึ้น	1.112	1.052	0.719	1.246	1.276	1.397		
	3.82	3.88	4.18	4.12	4.05	4.14	0.920	0.468
	1.017	0.994	0.808	0.835	0.945	0.690		

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 19 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติ (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการ ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	สัญชาติ						t-value	t-prob
	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกา เหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา		
	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)	\bar{x} (S.D.)		
9. เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น	3.78 1.027	3.98 0.913	4.06 0.864	4.13 0.835	3.90 1.021	3.86 0.690	0.624	0.682
10. รู้จักหัตถกรรมไทยมากยิ่งขึ้น	3.25 1.144	3.39 1.012	3.58 0.751	3.63 1.302	3.40 0.940	3.71 0.756	0.677	0.641
11. ได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น	3.90 1.037	4.15 1.004	4.09 0.723	3.88 1.356	4.20 1.005	4.43 0.535	0.886	0.490
รวม	3.7424 0.70857	3.8413 0.59545	4.0799 0.5313	3.7727 0.51655	4.0636 0.53507	3.9091 0.57496	1.881	0.097

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 19 ทศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสัญชาติ ด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในภาพรวมไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่าง ในประเด็นกรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไป

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยรายคู่ที่ศนคติของนักท่องเที่ยวในประเด็นกรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	\bar{x}	ผลต่าง						ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		F-prob						
		เอเชีย	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา	
เอเชีย	3.88	-	.613	.004*	.476	.174	.942	อเมริกาเหนือ กับ เอเชีย และยุโรป
ยุโรป	3.95		-	.002*	.585	.228	.791	
อเมริกาเหนือ	4.45			-	.354	.319	.112	
อเมริกาใต้	4.13				-	.842	.566	
ออสเตรเลีย	4.20					-	.386	
แอฟริกา	3.86						-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ทวีปอเมริกาเหนือ เห็นด้วยว่าหลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วเห็นว่ากรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีปเอเชีย และยุโรป

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยรายคู่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในประเด็นกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	\bar{x}	ผลต่าง						ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		เอเชีย	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา	
เอเชีย	3.75	-	.541	.063	.718	.006*	.496	ออสเตรเลีย
ยุโรป	3.83		-	.087	.534	.008*	.630	กับเอเชีย
อเมริกาเหนือ	4.12			-	.171	.285	.751	ยุโรปและอเมริกาใต้
อเมริกาใต้	3.63				-	.044*	.431	
ออสเตรเลีย	4.40					-	.322	
แอฟริกา	4.00						-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในทวีปออสเตรเลียเห็นด้วยว่า หลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้ว เห็นว่ากรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในทวีปเอเชีย ยุโรป และอเมริกาใต้

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยรายคู่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยนครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	\bar{x}	ผลต่าง						ผลสรุปความแตกต่างรายคู่
		เอเชีย	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	อเมริกาใต้	ออสเตรเลีย	แอฟริกา	
เอเชีย	3.50	-	.147	.001*	.118	.349	.715	(อเมริกาเหนือ
ยุโรป	3.72		-	.005*	.027*	.349	.715	กับเอเชีย ยุโรป
อเมริกาเหนือ	4.27			-	.001*	.283	.113	และอเมริกาใต้)
อเมริกาใต้	2.88				-	.016*	.205	(อเมริกาใต้ กับยุโรป และ
ออสเตรเลีย	3.95					-	.417	ออสเตรเลีย
แอฟริกา	3.57						-	

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 22 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ จำแนกตามสัญชาติ ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในทวีปอเมริกาเหนือ เห็นด้วยว่าหลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนครแล้วมีทัศนคติต่อกรุงเทพมหานครว่ามีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีปเอเชีย ยุโรป และอเมริกาใต้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีป ยุโรป และออสเตรเลีย เห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีปอเมริกาใต้

ตารางที่ 23 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษา

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจาก การท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระดับการศึกษา			F-value	F-prob
	ต่ำกว่า	ปริญญา	สูงกว่า		
	ปริญญาตรี \bar{x} (S.D.)	ตรี \bar{x} (S.D.)	ปริญญาตรี \bar{x} (S.D.)		
1. กรุงเทพมหานครมี ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	4.03	3.97	3.99	0.158	0.854
2. กรุงเทพมหานครมี ศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่	4.01	4.01	4.07	0.130	0.878
3. กรุงเทพมหานครมีกิจกรรม ทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่ หลากหลายน่าสนใจ	4.06	3.93	3.73	3.894	0.021*
4. กรุงเทพมหานครมีแหล่ง ท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถี ชีวิตความเป็นไทย	4.01	3.93	3.73	3.894	0.021*
5. กรุงเทพมหานครมี สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.87	3.67	3.50	3.444	0.033*
6. กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่ เป็นเอกลักษณ์	3.93	3.93	3.65	3.281	0.039*
7. กรุงเทพมหานครมีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์	3.77	3.75	3.59	0.878	0.416
8. เข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมาก ยิ่งขึ้น	3.94	3.99	3.73	2.149	0.118

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการเข้ามาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม การศึกษา (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว หลังจากเข้ามาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระดับการศึกษา			F-value	F-prob
	ต่ำกว่า	ปริญญา	สูงกว่า		
	ปริญญาตรี \bar{x} (S.D.)	ตรี \bar{x} (S.D.)	ปริญญาตรี \bar{x} (S.D.)		
9.เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น	3.95 1.002	3.99 0.931	3.89 0.780	0.389	0.678
10.รู้จักหัตถกรรมไทยมากยิ่งขึ้น	3.95 1.002	3.99 0.931	3.89 0.780	0.077	0.926
11.เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น	4.10 1.012	4.08 1.015	4.17 0.913	0.250	0.779
รวม	3.9085 0.597	3.866 0.627	0.574 0.061	1.788	0.169

จากตารางที่ 23 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษาด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยรวมไม่พบความแตกต่าง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่าง 3 ข้อคือ กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรม หรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่
หลากหลายน่าสนใจ จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่าง		ผลสรุปความ แตกต่างรายคู่	
		ต่ำกว่าป ริญญาตรี	F-prob ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.06	-	.204	.006*	ต่ำกว่าปริญญา
ปริญญาตรี	3.93		-	.079	ตรีกับสูงกว่า
สูงกว่าปริญญาตรี	3.73			-	ปริญญาตรี

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ จำแนกตามการศึกษา ด้วย
ค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
ปริญญาตรีเห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลาย
น่าสนใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตาม
การศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่าง		ผลสรุปความ แตกต่างรายคู่	
		ต่ำกว่าป ริญญาตรี	F-prob ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.87	-	.099	.011*	ต่ำกว่าปริญญา
ปริญญาตรี	3.67		-	.231	ตรีกับสูงกว่า
สูงกว่าปริญญาตรี	3.50			-	ปริญญาตรี

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ จำแนกตาม การศึกษา ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้านกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่าง		ผลสรุปความแตกต่างรายคู่	
		ต่ำกว่าป ปริญญาตรี	F-prob ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.93	-	0.979	0.023*	สูงกว่าปริญญาตรีกับ
ปริญญาตรี	3.93		-	0.019*	ปริญญาตรี และต่ำ
สูงกว่าปริญญาตรี	3.65			-	กว่าปริญญาตรี

* มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ จำแนกตามการศึกษา ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ต่ำ กว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

4.2.3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน
กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 27 แสดงความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน
กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม	จำนวน	ร้อยละ
1	วิถีชีวิตไทย	328	15.75
2	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	324	15.55
3	เทศกาลต่างๆ	212	10.18
4	ชีวิตกลางคืน	195	9.36
5	นวดแผนไทยและสปา	192	9.22
6	กีฬาไทย	141	6.77
7	การทำอาหารไทย	141	6.77
8	ช้อปปิ้ง	137	6.58
9	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	132	6.34
10	ศิลปหัตถกรรม	113	5.42
11	โรงแรมหรู	91	4.37
12	การรับประทานอาหารค่ำ	35	1.68
13	Thai partner	35	1.68
14	อื่นๆ	7	0.34
	รวม	2,083	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่า จากนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้ว
นักท่องเที่ยวเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตไทยเป็นการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 15.75) รองลงมา คือ ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 15.55) และเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 10.18)

ตารางที่ 28 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ใช่	251	62.75
2	ไม่ใช่	149	37.25
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 และนักท่องเที่ยวเห็นว่าถนนข้าวสารไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25

ตารางที่ 29 แสดงประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชื่นชอบมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1)

ลำดับ	ประเภทอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
1	ผัดไทย	249	35.12
2	แกงเขียวหวาน	137	19.32
3	ต้มยำกุ้ง	103	14.53
4	ส้มตำ	64	9.03
5	น้ำพริก	60	8.46
6	ผัดกะเพรา	46	6.49
7	อื่นๆ	50	7.05
	รวม	709	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่า ประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าเป็นเอกลักษณ์ของไทยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ผัดไทย จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 35.12

แกงเขียวหวาน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 19.32 และต้มยำกุ้งจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 14.53

ตารางที่ 30 แสดงประเภทของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย (ตอบได้มากกว่า 1)

ลำดับ	ประเภทของที่ระลึก	จำนวน	ร้อยละ
1	หัตถกรรม	202	33.01
2	ผ้าไหม	138	22.55
3	งานแกะสลักไม้	88	14.38
4	เครื่องเงิน	78	12.75
5	ดอกไม้ไทย	69	11.27
6	อื่นๆ	37	6.05
	รวม	612	100.00

จากตารางที่ 30 ประเภทของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย มากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้าหัตถกรรม จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 33.01 ผ้าไหม จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 และ งานแกะสลักไม้ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 14.38

4.3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

3.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

ตารางที่ 31 แสดงข้อมูลจุดประสงค์หลักในการเดินทางในท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ และการผจญภัย	93	23.25
2	ต้องการท่องเที่ยวไปในที่มีวัฒนธรรมแตกต่าง	82	20.50
3	ต้องการท่องเที่ยวไปยังประเทศที่ไม่เคยไปมาก่อน	53	13.25
4	ต้องการหลีกเลี่ยงจากการทำงานและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่	47	11.75
5	ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลายอารมณ์	35	8.75
6	ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	30	7.50
7	ต้องการรู้จักและพบปะกลุ่มคนใหม่ๆ	14	3.50
8	ต้องการพูดคุยเรื่องการท่องเที่ยวกับคนอื่นเมื่อกลับมาแล้ว	12	3.00
9	ต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวกับสมาชิกในครอบครัว	10	2.50
10	ต้องการความกระปรี้กระเปร่าและสุขภาพที่ดี	5	1.25
11	อื่นๆ	19	4.75
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่า จุดประสงค์หลักในการเดินทางในท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3 ลำดับแรก คือ ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ และการผจญภัย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ ต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต่างจากวัฒนธรรมของตน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ไม่เคยเที่ยวมาก่อน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25

ตารางที่ 32 แสดงพฤติกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยก่อนมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ไม่ได้เรียนรู้	244	61.0
2	เรียนรู้	156	39.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติก่อนที่จะมาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนรู้วัฒนธรรมไทย จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 และเคยเรียนรู้วัฒนธรรมไทยจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39

ตารางที่ 33 แสดงข้อมูลของการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	มีการวางแผน	172	43.0
2	ไม่มีการวางแผน	150	37.5
3	มีการวางแผนเป็นอย่างดี	78	19.5
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีการวางแผนการท่องเที่ยวจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาไม่มีการวางแผน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ มีการวางแผนเป็นอย่างดี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 34 แสดงข้อมูลจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ครั้งแรก	231	57.75
2	เคย 2-3 ครั้ง	100	25.00
3	มากกว่า 3 ครั้ง	69	17.25
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาเคยมา 2-3 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเคยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25

ตารางที่ 35 แสดงข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงระยะเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ระยะเวลา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	1-3 คืน	155	38.75
2	4-7 คืน	132	33.00
3	มากกว่า 14 คืน	65	16.25
4	8-14 คืน	48	12.00
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 1-3 คืน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ 4-7 คืน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 มากกว่า 14 คืน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 8-14 คืน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 36 แสดงข้อมูลผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	เดินทางกับเพื่อน	157	39.25
2	เดินทางกับหุ้นส่วน	117	29.25
3	เดินทางคนเดียว	81	20.25
4	เดินทางกับครอบครัว	33	8.25
5	เดินทางกับบริษัททัวร์	8	2.00
6	อื่น ๆ	4	1.00
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับเพื่อน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือ เดินทางกับหุ้นส่วน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 เดินทางคนเดียว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 เดินทางกับบริษัททัวร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 37 แสดงแหล่งในการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	อินเทอร์เน็ต	277	33.25
2	หนังสือ	242	29.05
3	นักท่องเที่ยว/เพื่อน	153	18.37
4	บริษัทนำเที่ยว	47	5.64
5	โทรทัศน์	34	4.08
6	นิตยสาร	28	3.36
7	หน่วยงานทางการท่องเที่ยวของรัฐ	26	3.12
8	เค็ตตาลีอก	22	2.64
9	อื่นๆ	4	0.48
	รวม	833	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 37 พบว่า แหล่งในการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 3 ลำดับแรก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาหาข้อมูลจากหนังสือ จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 29.06 และหาข้อมูลจากนักท่องเที่ยว/เพื่อนจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 18.37

ตารางที่ 38 แสดงเหตุผลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง	210	21.42
2	มีที่พักราคาถูก	166	16.88
3	ชีวิตกลางคืน	149	15.15
4	มีบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์	123	12.51
5	เพื่อน	120	12.20
6	ความสะดวกสบายสำหรับการเดินทางไปยัง จุดหมายปลายทางอื่น	104	10.57
7	ความสะดวกสบายสำหรับการเยี่ยมชมสถานที่อื่น	52	5.28
8	มีความปลอดภัย	31	3.15
9	อิทธิพลจากภาพยนตร์	20	2.03
10	อื่นๆ	8	0.81
	รวม	983	100

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 38 พบว่า เหตุผลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักที่ถนนข้าวสาร
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง จำนวน 210 คน
คิดเป็นร้อยละ 21.42 รองลงมา มีราคาถูก จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 และชีวิตกลาง
คืน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 15.15

4.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

ตารางที่ 39 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	288	22.64
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	69	5.42
3	วิถีชีวิตไทย	324	25.47
4	โรงแรมหรู	19	1.49
5	เทศกาลต่างๆ	124	9.75
6	ศิลปหัตถกรรม	59	4.64
7	กีฬาไทย	61	4.80
8	การทำอาหารไทย	72	5.66
9	นวดแผนไทยและสปา	213	16.75
10	ชีวิตกลางคืน	9	0.71
11	การรับประทานอาหารเช้า	21	1.65
12	อื่นๆ	13	1.02
	รวม	1272	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด (ร้อยละ 25.47) รองลงมาได้ไปท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 22.64) และ นวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.75)

ตารางที่ 40 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	อายุของนักท่องเที่ยว								รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	23	19.49	188	22.43	53	24.09	24	25.00	288
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	3	2.54	44	5.25	14	6.36	8	8.38	69
3	วิถีชีวิตไทย	33	27.97	215	25.66	54	24.55	22	22.92	324
4	โรงแรมหรู	1	0.85	13	1.55	5	2.27	0	0.00	19
5	เทศกาลต่างๆ	15	12.71	85	10.14	20	9.09	4	4.17	124
6	ศิลปหัตถกรรม	5	4.24	39	4.65	8	3.64	7	7.29	59
7	กีฬาไทย	6	5.08	44	5.25	8	3.64	3	3.13	61
8	การทำอาหารไทย	9	7.63	47	5.61	9	4.09	7	7.29	72
9	นวดแผนไทยและสปา	20	16.95	141	16.83	37	16.82	15	15.63	213
10	ชีวิตกลางคืน	0	0.00	6	0.72	3	1.36	0	0.00	9
11	การรับประทานอาหารค่ำ	3	2.54	12	1.43	3	1.36	3	3.13	21
12	อื่นๆ	0	0.00	4	0.48	6	2.73	3	3.13	13
	รวม	118	100.00	838	100.00	220	100.00	96	100	1,272

ตารางที่ 40 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ท่องเที่ยวหรือมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว จากตารางพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด คือ ร้อยละ 27.97 รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 19.49) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.95) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 12.71) และเข้าร่วมกิจกรรมการทำอาหารไทย (ร้อยละ 5.61)

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 -30 ปีนั้นส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด ร้อยละ 25.66 เช่นกัน (ร้อยละ 25.66) รองลงมา คือ ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 22.43) ได้ร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.83) ร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 10.14) และเข้าร่วมกิจกรรมการทำอาหารไทย (ร้อยละ 5.61)

นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด (ร้อยละ 24.55 รองลงมาคือ ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 24.09) ได้ร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.82) ร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 9.09) และชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 8.38)

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มากที่สุด (ร้อยละ 25.00) รองลงมาคือ ได้เที่ยวชมวิถีชีวิตไทย (ร้อยละ 22.92) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 15.63) ชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 8.38) และชมศิลปหัตถกรรมไทย (ร้อยละ 7.29)

ตารางที่ 41 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามสัญชาติ
ของนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรม	สัญชาติของนักท่องเที่ยว												รวม
		เอเชีย		ยุโรป		อเมริกาเหนือ		อเมริกาใต้		ออสเตรเลีย		แอฟริกา		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	32	19.39	200	23.28	29	24.17	7	21.88	16	22.20	4	16.67	288
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	6	3.64	42	4.89	10	8.33	5	15.63	3	4.20	3	12.50	69
3	วิถีชีวิตไทย	40	24.24	222	25.84	28	23.33	8	25.00	19	26.4	7	29.17	324
4	โรงแรมหรู	5	3.03	11	1.28	2	1.67	0	0.00	1	1.4	0	0.00	19
5	เทศกาลต่างๆ	22	13.33	77	8.96	12	10.00	4	12.50	7	9.7	2	8.33	124
6	ศิลปะหัตถกรรม	10	6.06	37	4.31	6	5.00	2	6.25	3	4.2	1	4.17	59
7	กีฬาไทย	9	5.45	45	5.26	4	3.33	0	0.00	3	4.2	0	0.00	61
8	การทำอาหารไทย	8	4.85	54	6.29	5	4.17	2	6.25	2	2.8	1	4.17	72
9	นวดแผนไทยและสปา	24	14.55	144	16.76	21	17.50	4	12.50	16	22.2	4	16.67	213
10	ชีวิตกลางคืน	3	1.82	4	0.47	1	0.83	0	0.00	0	0.00	4	4.17	9
11	การรับประทานอาหารค่ำ	2	1.21	16	1.86	2	1.67	0	0.00	0	0.00	1	4.17	21
12	อื่นๆ	4	2.42	7	0.81	0	0.00	0	0.00	2	2.8	0	0.00	13
	รวม	165	100	859	100	120	100	32	100	72	100	24	100	1,272

ตารางที่ 41 พบว่า นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 24.24) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 19.39) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 14.55) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 13.33) และชมหัตถกรรมไทย (ร้อยละ 6.06)

นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 25.84) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 23.28) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.76) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 8.96) และกิจกรรมการทำอาหารไทย (ร้อยละ 6.29)

นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาเหนือ ส่วนใหญ่นิยมการเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 24.17) รองลงมา คือ เที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 23.33) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 17.50) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 8.96) และชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 8.33)

นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาใต้ ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 25.00) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 21.88) ชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 15.63) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 12.50) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 12.50)

นักท่องเที่ยวจากทวีปออสเตรเลีย ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 26.40) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 22.20) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 22.20) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 9.70) และชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 4.2)

นักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกา ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด (ร้อยละ 29.17) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 16.67) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.67) ชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 12.50) และเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 8.33)

ตารางที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตาม
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	ระยะเวลาในการท่องเที่ยว								รวม
		1-3 คืน		4-7 คืน		8-14 คืน		มากกว่า 14 คืน		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	108	23.18	101	23.54	32	20.78	47	21.08	288
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	21	4.51	31	7.23	7	4.55	10	4.48	69
3	วิถีชีวิตไทย	121	27.25	109	25.41	39	25.32	49	21.97	324
4	โรงแรมหรู	8	1.72	5	1.17	2	1.30	4	1.79	19
5	เทศกาลต่างๆ	48	10.30	36	8.39	12	7.79	28	12.56	124
6	ศิลปหัตถกรรม	22	4.72	19	4.43	7	4.55	11	4.93	59
7	กีฬาไทย	13	2.79	20	4.66	11	7.14	17	7.62	61
8	การทำอาหารไทย	17	3.65	23	5.36	15	9.74	17	7.62	72
9	นวดแผนไทยและสปา	87	18.67	75	17.48	23	14.94	28	12.56	213
10	ชีวิตกลางคืน	2	0.43	2	0.47	1	0.65	4	1.79	9
11	การรับประทานอาหารค่ำ	9	1.93	5	1.17	3	1.95	4	1.79	21
12	อื่นๆ	4	0.86	3	0.70	2	1.30	4	1.79	13
	รวม	466	100.00	429	100.00	220	100.00	223	100	1,272

ตารางที่ 42 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 - 3 คืน ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ27.25) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ23.18) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ18.67) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 10.30) และชมหัตถกรรมไทย (ร้อยละ4.72)

นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4 - 7คืน ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ25.41) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ23.54) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 17.48) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 8.39) และชมหัตถกรรมและพิพิธภัณฑ์ (ร้อยละ 7.23)

นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 8 -14 คืน ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ25.32) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 20.78) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ14.94) ร่วมกิจกรรมการทำอาหารไทย (ร้อยละ9.74) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 7.79)

นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 14 คืน ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ25.32) รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 21.78) เข้าร่วมเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ12.56) เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ12.56) ร่วมกิจกรรมกีฬาไทย (ร้อยละ7.62)

ตารางที่ 43 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						รวม
		ครั้งแรก		2-3 ครั้ง		มากกว่า 3 ครั้ง		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	173	23.41	72	21.30	43	22.05	288
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	41	5.55	21	6.21	7	3.59	69
3	วิถีชีวิตไทย	190	25.71	80	23.67	54	27.69	324
4	โรงแรมหรู	8	1.08	9	2.66	2	1.03	19
5	เทศกาลต่างๆ	72	9.74	31	9.17	21	10.77	124
6	ศิลปะหัตถกรรม	38	5.14	10	2.96	11	5.64	59
7	กีฬาไทย	27	3.65	23	6.80	11	5.64	61
8	การทำอาหารไทย	46	6.22	16	4.73	10	5.13	72
9	นวดแผนไทยและสปา	124	16.78	63	18.64	26	13.33	213
10	ชีวิตกลางคืน	2	0.27	5	1.48	2	1.03	9
11	การรับประทานอาหารค่ำ	15	2.03	4	1.18	2	1.03	21
12	อื่นๆ	3	0.41	4	1.18	6	3.08	13
	รวม	739	100	338	100	195	100	1259

ตารางที่ 43 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งแรกส่วนใหญ่ได้ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด (ร้อยละ 25.71) รองลงมา คือ ได้ท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 23.41) และนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 16.78)

ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 2-3 ครั้ง ส่วน

ใหญ่ก็ได้เที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด (ร้อยละ 23.67) รองลงมา ได้เดินทางไปท่องเที่ยวใน ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 21.30) และได้ไปนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 18.64)

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่า 3 ครั้ง ส่วนใหญ่ก็จะได้ชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด (ร้อยละ 27.69) และรองลงมา ได้ท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 22.05) และนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 13.33)

ตารางที่ 44 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำแนกตามการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยก่อนมาเที่ยว				รวม
		ได้เรียนรู้		ไม่ได้เรียนรู้		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	107	21.53	179	23.31	288
2	หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์	24	4.83	45	5.86	69
3	วิถีชีวิตไทย	120	24.14	201	26.17	324
4	โรงแรมหรู	10	2.01	9	1.17	19
5	เทศกาลต่างๆ	51	10.26	72	9.38	124
6	ศิลปหัตถกรรม	23	4.63	36	4.69	59
7	กีฬาไทย	27	5.43	34	4.43	61
8	การทำอาหารไทย	25	5.03	46	5.99	72
9	นวดแผนไทยและสปา	91	18.31	122	15.89	213
10	ชีวิตกลางคืน	2	0.40	7	0.91	9
11	การรับประทานอาหารค่ำ	8	1.61	13	1.69	21
12	อื่นๆ	9	1.81	4	0.52	9
	รวม	497	100	768	100	1259

ตารางที่ 44 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยมาก่อนส่วนใหญ่ได้ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด

(ร้อยละ 24.14) รองลงมา คือ ได้ท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 21.53) และนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 18.31) ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยมาก่อน ส่วนใหญ่ก็ได้เที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 26.17) รองลงมา ได้เดินทางไปท่องเที่ยวใน ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 21.31) และได้ไปนวดแผนไทยและสปา (ร้อยละ 15.89)

ตารางที่ 45 แสดงข้อมูลการทำกิจกรรมในยามว่างค้ำคืนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1	ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในช่วงค่ำคืน	223	41.68
2	สถานบันเทิง	171	31.96
3	รับประทานอาหารไทยโดยเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา	39	7.29
4	ชมการแสดง เช่น หุ่นละครเล็ก โขน	31	5.79
5	อื่นๆ	71	13.27
	รวม	535	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 45 พบว่า กิจกรรมในยามว่างค้ำคืนของนักท่องเที่ยวต่างชาติครั้งนี้ที่ทำมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในช่วงค่ำคืน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 41.68 ท่องเที่ยวในสถานบันเทิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 31.96 และ อื่นๆ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 13.27 ได้แก่ พักผ่อนนอนหลับ พบปะผู้คน ทำสปาหรือนวดแผนไทย

ตารางที่ 46 แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติว่าได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยจากการพูดคุยกับคนไทย

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ใช่	275	68.75
2	ไม่ใช่	125	31.25
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่า ในการท่องเที่ยวครั้งนี้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยจากการพูดคุยกับคนไทย จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 และไม่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยจากการพูดคุยกับคนไทยจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 47 แสดงว่าจากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมไทยเพิ่มมากขึ้น

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ใช่	367	91.75
2	ไม่ใช่	33	8.25
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 47 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมไทยจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้เพิ่มมากขึ้น จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 และไม่มีความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมไทยเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 48 แสดงความต้องการกลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	ใช่	268	67.00
2	ไม่ใช่	132	33.00
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีก จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และไม่ต้องการกลับมาอีก จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 49 แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	แนะนำ	382	95.50
2	ไม่แนะนำ	18	4.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 49 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 และจะไม่แนะนำจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

4. ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

1. แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับพุทธศาสนามีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ควรมีการเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ในหนังสือแนะนำชมหรือนำแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น
2. ควรขยายเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมบรรยากาศในเวลาค่ำคืนด้วย
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรุงเทพมหานครควรเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่น่าเชื่อถือของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเรื่องของความปลอดภัยในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น (Exploratory Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พักบริเวณถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่มใช้ t -test และทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ F -test สำหรับการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของ F-test ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.5 และเพศหญิง ร้อยละ 43.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติยุโรปคิดเป็นร้อยละ 67.80 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.80 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.5 มีรายได้อยู่ระหว่าง US\$40,000-49,999 มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.50 และส่วนใหญ่เป็นผู้ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 27.25

5.1.2 ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและต้องการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยรวมมีความสนใจมาก โดยมีความสนใจมากที่สุด คือ อาหารไทย รองลงมาคือ วัด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณีท้องถิ่น/ เทศกาล วิถีชีวิตไทย ชุมชนโบราณ ศิลปหัตถกรรม กีฬาไทย และหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์ และเมื่อจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์แล้วนั้นพบว่า

1) จำแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายข้อพบความแตกต่าง คือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความสนใจมากกว่าเพศชายในเรื่อง แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตไทย และหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์

2) จำแนกตามอายุ พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนรายข้อพบความแตกต่างในเรื่อง กีฬาไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 21-30 ปี มีความสนใจต่อการท่องเที่ยวด้านกีฬาไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป

3) จำแนกตามสถานภาพ โดยรวมไม่พบความแตกต่าง แต่รายข้อพบความแตกต่าง คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และประเพณีไทยและเทศกาล ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และประเพณีไทยและเทศกาล มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

จากการได้ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยสูงสุดคือได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น รองลงมา กรุงเทพมหานครมีศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมากยิ่งขึ้น กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นไทย กรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และรู้จักเหตุการณ์ไทยมากยิ่งขึ้น และเมื่อจำแนกตามปัจจัยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์แล้วนั้นพบว่า

1) จำแนกตามเพศ พบว่าโดยภาพรวมพบความแตกต่าง โดยที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงเห็นด้วยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครมากกว่าเพศชาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงเห็นด้วยมากกว่าเพศชายในเรื่อง กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์

2) จำแนกตามอายุ พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกันแต่รายข้อพบความแตกต่างในเรื่อง นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้นหลังจากที่ได้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้ว ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เห็นด้วยว่าหลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วมีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 และ 31-40

3) จำแนกตามสัญชาติ ในภาพรวมไม่พบความแตกต่าง แต่รายข้อพบความแตกต่าง ในประเด็น กรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และ

กรุงเทพมหานครมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ทวีปอเมริกา เห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และกรุงเทพมหานครที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีปเอเชีย และยุโรป

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในทวีปออสเตรเลียเห็นว่ากรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในทวีปเอเชีย ยุโรป และอเมริกาใต้

4) จำแนกตามการศึกษา โดยรวมไม่พบความแตกต่าง แต่รายชื่อพบความแตกต่าง 3 ข้อ คือ กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ กรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และกรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ โดย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ และกรุงเทพมหานครมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยว่ากรุงเทพมหานครมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จาก การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เห็นว่าศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือวิถีชีวิตไทย และเทศกาลต่างๆ ของไทย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็เห็นว่าถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

ส่วนประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชื่นชอบมากที่สุด คือ ผัดไท แกงเขียวหวาน และต้มยำกุ้ง ตามลำดับ ประเภทของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย มากที่สุด คือ สินค้าหัตถกรรม และผ้าไหม ตามลำดับ

5.1.3 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสาร

ในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนรู้วัฒนธรรมไทยมาก่อน ส่วนใหญ่มีการวางแผนการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรกมากที่สุด ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 1-3 คืน เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับเพื่อนมากที่สุด มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางในท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ และการผจญภัย

แหล่งในการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และหนังสือ เหตุผลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มากที่สุด คือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง

สถานที่และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ท่องเที่ยวหรือมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้มากที่สุด คือ วิถีชีวิตไทย ส่วน รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา หากจำแนกตาม อายุ สัญชาติ ประสบการณ์ การเรียนรู้วัฒนธรรมไทย จำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และระยะเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้วนั้น ก็เป็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา ตามลำดับ ในขณะที่กิจกรรมในยามค่ำคืนที่ทำมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในช่วงค่ำคืน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการที่ได้พูดคุยกับคนไทยคือการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตของคนไทย จากการท่องเที่ยวในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมไทยมากที่สุด และส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร อีก นอกจากนี้ส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.5 และเพศหญิง ร้อยละ 43.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติยุโรปคิดเป็นร้อยละ 67.80 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.80 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.5 สอดคล้องกับ อมร เจริญรุ่งโรจน์และคณะ (2542) และ สมกมล พวงพรหม (2546) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ในส่วนของรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง US\$40,000-49,999 มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.50 ซึ่งกับ อมร เจริญรุ่งโรจน์และคณะ (2542) และ สมกมล พวงพรหม (2546) ซึ่งกล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน US\$20,000 และ US\$10,000 ตามลำดับ

5.2.2 ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

การเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครครั้งนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและต้องการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยรวมมีความสนใจมาก นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจอยู่ในระดับมาก คือ อาหารไทย วัด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี ท้องถิ่น/ เทศกาล วิถีชีวิตไทย และชุมชนโบราณ และเมื่อได้ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ยังมีทัศนคติต่อวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก เช่นเดิม โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีเห็นด้วยสูงสุดก็คือหลังจากที่ได้ท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติยังได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น กรุงเทพมหานครมี ศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เข้าใจในวัฒนธรรมไทยมากขึ้น กรุงเทพมหานครมี กิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่หลากหลายน่าสนใจ เข้าใจอุปนิสัยของคนไทยมากยิ่งขึ้น มีประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นไทย มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์

นอกจากนี้จากที่นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแล้วส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเห็นว่า การที่ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตไทยเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตผ่านสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็น เช่น แบบบ้าน งานหัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน (Smith, 1989) ซึ่งสิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของความแตกต่างในวิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่นรวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน (Pigram, 1993) สำหรับประเด็นรองลงมา ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร คือ ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่างๆ สอดคล้องกับการสำรวจของ ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์) เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2552 พบว่าสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ อาหารไทย โบราณสถานและวัตถุ อัญมณีของคนไทย ซึ่งองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน

ชนบทรวมนิยม และเทศกาลต่างๆ และลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา:2548)

ซึ่งทั้งอาหารไทย วัด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจทั้งก่อนและหลังเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครนั้นถือว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี โดยในกรณีของอาหารไทยนั้นจะเป็นที่ทราบกันดีว่าอาหารไทยและผลไม้ได้รับการยอมรับในระดับโลกในเรื่องรสชาติที่หลากหลายอันเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย และราคาอาหารไม่แพงเกินไป รวมทั้งมีผลดีต่อสุขภาพ ในส่วนของวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของกรุงเทพมหานครเช่นกันเพราะกรุงเทพมหานครเป็นเมืองเก่าแก่วัดและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สวยงามและมีจำนวนมากอีกทั้งสถานที่ตั้งนั้นก็อยู่ใกล้กันสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกโดยเฉพาะในกรณีของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสนามหลวงและพระบรมหาราชวังรวมทั้งวัดต่างๆซึ่งใช้เวลาเดินทางไม่นาน และสามารถเดินทางได้หลายวิธี ทั้งทางรถแท็กซี่ รถประจำทาง และการเดิน ดังที่คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ (2542) กล่าวว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสาร เพราะอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวซื้อสินค้าราคาถูกที่บางลำภู เดินเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์ และสถานที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพมหานครได้สะดวก เนื่องจากถนนข้าวสารอยู่บริเวณศูนย์กลางของกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายด้วยการเดินเท้าหรือการโดยสารประจำทาง แท็กซี่ ตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์ไซด์ ฯลฯ ด้วยระยะทางอันสั้น ซึ่งถือว่าเป็นการประหยัดทั้งเงินและเวลาของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และสามารถท่องเที่ยวที่อื่นได้สะดวก

จากงานวิจัยที่ค้นพบทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครดังที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครที่ชูภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) โดยนำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิม ที่แฝงอยู่ในชีวิตทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบันซึ่งเป็นการชูจุดขายภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านโยบายดังกล่าวมีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

ส่วนประเภทอาหารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชื่นชอบมากที่สุด คือ ผัดไท แกงเขียวหวาน และต้มยำกุ้ง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอาหารไทยเป็นที่นิยมในต่างประเทศอยู่แล้ว โดยประเภทอาหารไทยยอดนิยมจากการสำรวจความนิยมและชื่นชอบในหมู่ชาวต่างชาติ ที่จัดทำโดยสำนักงาน

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งสำรวจจากร้านอาหารไทยทั่วโลก เพื่อจัดลำดับอาหารไทยยอดนิยม 10 อันดับ พบว่าอาหารไทยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวานไก่ และผัดไทย ทั้งนี้ทางผู้ประกอบการทางธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำรายการอาหารเหล่านี้เป็นรายการอาหารแนะนำ และแนะนำอาหารไทยประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม พร้อมสอดแทรกข้อมูลเกร็ดความรู้ คุณประโยชน์ แก่นักท่องเที่ยว และสามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณาเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยทางด้านอาหารมากยิ่งขึ้น

5.2.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

ในกรุงเทพมหานครนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีการวางแผนเพื่อการท่องเที่ยว โดยจะหาข้อมูลก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจากอินเทอร์เน็ตและหนังสือ สอดคล้องกับ คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ (2542) กล่าวว่าช่องทางการรับรู้เรื่องถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวรับรู้ผ่าน อินเทอร์เน็ต (Internet) โดยนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยและถนนข้าวสารได้จากทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันถนนข้าวสารมีเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวถนนข้าวสารไว้ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ เช่น www.kaosan.com, www.trekkingthai.com เป็นต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับถนนข้าวสารจากทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ www.tat.or.th ได้อีกด้วย

ส่วนหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว (Guide Book) นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาท่องเที่ยวบนถนนข้าวสารจะรู้จักและสนใจถนนข้าวสารจากการศึกษาหาข้อมูลและอ่านจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจบนถนนข้าวสารเห็นตรงกันว่าหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยเฉพาะหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวที่มีชื่อว่า Lonely Planet

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายที่สุด และเป็นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ข้อมูลทางวัฒนธรรมไทย โดยใช้การเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น

เหตุผลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง ซึ่งไม่แตกต่างจากสมกมล พวงพรหม (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารมากที่สุด ได้แก่ เพื่อความสนุกสนาน

บันเทิง ที่พักราคาถูก และความสะดวกในการซื้อสินค้า และมุทิตา แมนเมตตกุล (2548) กล่าวว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำที่ถนนข้าวสารคือ แหล่งสถานบันเทิง และร้านอาหาร

เมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครสถานที่และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติได้ท่องเที่ยวหรือมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ วิถีชีวิตไทย รองลงมาคือ การเดินทางไปศาสนสถาน และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปาซึ่งหากทำการจำแนกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ท่องเที่ยวหรือมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว จากตารางพบว่า นักท่องเที่ยวจากทุกทวีป ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมวิถีชีวิตไทย มากที่สุด รองลงมา คือ การเดินทางไปศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เข้าร่วมกิจกรรมนวดแผนไทยและสปา สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีปในระหว่างมาเยือนประเทศไทย แต่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจากทวีปต่างๆ ให้ความสนใจให้ความสนใจเพิ่มขึ้น คือ การเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ และชมหอศิลป์และพิพิธภัณฑ์

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก และเคยเดินทางมาแล้ว 2-3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้งนั้นส่วนใหญ่ได้ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ได้ท่องเที่ยวในศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และนวดแผนไทยและสปา ทั้งนี้เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมทางวัฒนธรรมมากมาย และมีรูปแบบที่หลากหลาย ประกอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยวเพียง 1 - 3 วัน ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมยังไม่ทั่วถึง จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่จะกลับมาเพื่อท่องเที่ยวและเรียนรู้วัฒนธรรมไทยเพิ่มเติม

ในขณะที่กิจกรรมในยามค่ำคืนนักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ในช่วงค่ำคืน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบนี้ถือว่าเป็นเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังที่ World Tourism Organization กล่าวว่ากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรือศึกษาขนบธรรมเนียม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาของ

ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา และ Howell (1993) กล่าวว่า ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์ ความบันเทิง และวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ คัมภีร์ คุปต์กานต์ และคณะ (2542)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีก ทั้งนี้เนื่องจากความประทับใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงควรมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจจากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเพื่อผลในการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์) เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2552 พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการจะกลับมาเที่ยวกรุงเทพฯ อีกร้อยละ 77.70 และยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวกรุงเทพฯ จะแนะนำร้อยละ 91.90 ทั้งนี้เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศและมีจุดแข็งมากมาย มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก อาทิ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ พระบรมมหาราชวัง เสาชิงช้า ภูเขาทอง กรุงเทพฯยังมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น รวมทั้งเป็นแหล่งรวมอาหารและผลไม้ของทุกภาคซึ่งหารับประทานได้ทุกฤดูกาล นอกจากนี้กรุงเทพฯยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ อาทิ โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ศูนย์ประชุม และโรงพยาบาล โดยมีความโดดเด่นทั้งในด้านบริการที่ดี มีคุณภาพสูง มีความหลากหลายในเลือก และค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำ การที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาพักซ้ำ (ร้อยละ 67) และแนะนำเพื่อนหรือคนในครอบครัวให้มาเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 95.5) แสดงว่ามีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครดังจะเห็นได้จากทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครหลังจากที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวแล้วจะเห็นว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจอยู่ในระดับมาก

3. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

การวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักบริเวณถนนข้าวสารผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจ มากที่สุด คือ อาหารไทย และหลังจากที่ได้ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าได้เรียนรู้อาหารไทยมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหารไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ง่ายต่อการเข้าถึง โดยจะเห็นได้ว่าหน่วยงานภาครัฐบาลได้เคยมีนโยบายที่จะมีส่วนในการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยอย่างชัดเจน โดยพยายามผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่รู้จัก

อย่างแพร่หลายของชาวต่างชาติ โครงการครัวไทยสู่โลก เป็นโครงการหนึ่งของหน่วยงานภาครัฐบาลที่มีแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ตลอดจนมีการสอดแทรกวัฒนธรรมไทยไปพร้อมกับอาหารไทยให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยผ่านอาหารไทย อีกทั้งหน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตอบสนองการกับโครงการดังกล่าวเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยในด้านอาหารมากยิ่งขึ้นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร ควมรกรการจัดกิจกรรมหรือโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นในด้านอาหารเช่น การจัดเทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารไทยโบราณประจำเดือน โดยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น สถาบันทางการศึกษาที่ทำการเรียนการสอนหรือวิจัยทางด้านอาหาร องค์กรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น บุคคลที่มีความสามารถในการประกอบอาหาร เพื่อเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความสนใจในอาหารไทยได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว โดยสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมในการประกอบอาหารไทย การประดับตกแต่ง วัฒนธรรมในการรับประทานอาหาร ซึ่งอาจจะพัฒนาไปสู่การเพิ่มสถาบันเปิดที่สอนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการประกอบอาหารไทยต่อไป นอกจากนี้ หน่วยงานภาคเอกชนอาจจะจัดเมนูอาหารไทยลงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการเรียนรู้วิถีชีวิตการบริโภคอาหารของคนไทย การสอดแทรกกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านอาหารไทย เช่นการจัดโปรแกรมทัวร์ชิมและปรุงอาหารเด่นทั่วกรุงเทพฯ การจัดกิจกรรมอาหารไทย 4 ภาค ทัวร์ชิมและปรุงอาหารฮาลาลเพื่อจับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศมุสลิม ทัวร์ชิมและปรุงอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือผู้ใส่ใจในสุขภาพ การจัดหลักสูตรฝึกทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรี การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารไทยและผู้ปรุงอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้ข้อมูลที่แท้จริงในเรื่องราวและความเป็นมาของอาหารไทยรวมทั้งวัฒนธรรมการกินของประชาชนคนไทยซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวรู้คุณค่าของอาหารไทยมากขึ้น

2. จากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ที่มีบทบาทในแนวทางการชูภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) เพื่อนำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิม ที่แฝงอยู่ในชีวิตทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบัน อีกทั้งยังมีการดำเนินยุทธศาสตร์ที่ต้องการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการเสริมสร้างเสน่ห์กรุงเทพฯ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม อาจจะเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการดำเนินการตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ อาจทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มากและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเขตชานเมืองของกรุงเทพมหานคร ที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตชุมชนและขนบธรรมเนียมประเพณี

วัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่น่าสนใจ และจัดรูปแบบหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจในวัฒนธรรมไทย ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ภาครัฐอาจจะเป็นแกนกลางในการวางแผนการบริหารจัดการ โดยให้คนในชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกในการหวงแหน รักษา และอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย

4. ประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการวิจัยในด้านทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนทาง นโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานครในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตไทย

การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยจากพิพิธภัณฑ์

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำผลจากการวิจัยไปประยุกต์ ออกแบบ ปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว เส้นทาง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม เช่น การเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20-30 ปี

5. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวที่พักบริเวณถนนข้าวสารและแหล่งท่องเที่ยวอื่น

2. ควรมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยกลุ่มตัวอย่างควรจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัด สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ชุมชน ฯลฯ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่แท้จริงมากขึ้น

3. ควรศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการศึกษาในเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ร่วมกับการศึกษาเชิงปริมาณ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกพร ศิริโรจน์. 2545. กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ : กรณีศึกษา สถานที่พักแรม ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์. 2545. การสื่อสารกับอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คัมภีร์ คุปกานต์และคณะ. 2542. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาถนนข้าวสารให้เป็นแหล่งพัก พิงของนักท่องเที่ยวแบบประหยัด : ศึกษาเพื่อเสนอโครงการและมาตรการเพื่อการพัฒนา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2546. การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โคมสุดา สาระปัญญา. 2547. ถนนข้าวสารในมุมมองของพ่อค้าแม่ค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นิคม จารุมณี. 2544. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไอดีเอสโตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- บุญหลิบ พานิชชาติและคณะ. 2547. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี :มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2536. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียร์สไตร์.
- วรรณ วลัยวานิช. 2546. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วาลิกา แสนคำ. 2545. การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2547. ปฏิสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สงศรี วงษ์เวช. 2545. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำปิง เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงศ์. 2545. การพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวบ้านโคกโก่ง. ต.กุดหว้า อ.กุดฉิมรายณ์ จ.กาฬสินธุ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. 2541. พฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. 2537. การสื่อสารเพื่อการนันทนาการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Adkins, Barbara A. and Grant, Eryn L. 2007 Backpackers as a community of strangers: the interaction order of an online backpacker notice board. Qualitative Sociology Review, 3(2)

Richards, G., and Wilson, J. (eds). 2004. The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice. Channel View Publications : Clevedon.

ภาคผนวก



This questionnaire is part of the research for a thesis on
**“CULTURAL RELATED ATTITUDE AND BEHAVIOR OF OVERSEAS TOURIST
 STAYING AT KHAO SAN AREA”**

by Mr.Saravudhi Vajrapanti, a student of Cultural Management Program, Graduate School,
 Chulalongkorn University.

All information will be used for the purpose of academic study only.

This questionnaire is divided into four sections:

1. Visitor Profile
2. Attitude toward cultural tourism in Bangkok
3. Tourism behavior and culture related behavior of tourists staying at Khao San Road
4. Suggestions for cultural tourism in Bangkok

Please read the following statements and mark ✓ in on only one that most reflects your feeling and/or opinions

Section 1: Personal Data

1. Gender

- Male Female

2. Age (Year)

1. Below 20 2. 21 – 30 3. 31 – 40 4. over 40

3. Place of residence

1. Asia 2. Europe 3. America
 4. South America 5. Australia 6. Africa

4. Education

1. Lower than Bachelor Degree 2. Bachelor Degree 3. Higher than Bachelor Degree

5. Marital status

1. Single 2. Married 3. Divorced

6. Occupation

1. Student 2. Government Officer 3. Private Sector
 4. State Enterprise 5. Unemployed 6. Others (Please indicate).....

7. Your average annual remuneration

1. Less than US\$10,000 2. US\$10,000-19,999 3. US\$20,000-29,999
 4. US\$30,000-39,999 5. More than US\$40,000

8. During your visit in Bangkok, do you stay in Khao San area?

- Yes No

Section 2 : Attitude towards cultural tourism in Bangkok

9. **Before your visit to Bangkok**, how would you like to visit or participate in the following places and activities? Please indicate your degree of agreement by **checking only one response for each statement** that most reflects your opinions.

Description	Rating scale				
	5 =strongly agree ← → 1=strongly disagree				
1. Historical places	⑤	④	③	②	①
2. Thai traditional activities / festivals	⑤	④	③	②	①
3. Traditional lifestyles sites	⑤	④	③	②	①
4. Ancient community	⑤	④	③	②	①
5. Craft / Handicraft places	⑤	④	③	②	①
6. Traditional Thai sports	⑤	④	③	②	①
7. Art galleries & museums	⑤	④	③	②	①
8. Temples	⑤	④	③	②	①
9. Thai food / desserts	⑤	④	③	②	①
10. Others (Please indicate)	⑤	④	③	②	①

10. **After your visit to Bangkok**, please indicate your opinion with the following statements. **Check only one response for each statement** that most reflects your feelings and/or opinions.

Description	Rating scale				
	5 =strongly agree ← → 1=strongly disagree				
1. Bangkok has an interesting history to learn	⑤	④	③	②	①
2. Bangkok has an authentic arts and culture	⑤	④	③	②	①
3. Bangkok has various and interesting cultural activities / festivals	⑤	④	③	②	①
4. Bangkok has various cultural attractions that reflects Thai people's way of life	⑤	④	③	②	①
5. Bangkok has unique architectural style	⑤	④	③	②	①
6. Bangkok has unique tradition	⑤	④	③	②	①
7. I see the variety of races in Bangkok	⑤	④	③	②	①
8. I understand Thai people characteristic more than before	⑤	④	③	②	①
9. I understanding Thai culture more than before	⑤	④	③	②	①
10. I know more about Thai crafts / handicrafts	⑤	④	③	②	①
11. I learned more about Thai food	⑤	④	③	②	①

11. **After your visit to Bangkok**, please identify places or activities that you think it is Cultural tourism

(You may tick more than one box)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Sacred places and historical sites | <input type="checkbox"/> 2. Art galleries & museums | <input type="checkbox"/> 3. Thai way of life |
| <input type="checkbox"/> 4. Traditional Theater | <input type="checkbox"/> 5. Festivals & events | <input type="checkbox"/> 6. Arts and crafts |
| <input type="checkbox"/> 7. Thai sport | <input type="checkbox"/> 8. Thai cooking class | <input type="checkbox"/> 9. Thai spa& massage |
| <input type="checkbox"/> 10. Dinner cruise | <input type="checkbox"/> 11. Shopping | <input type="checkbox"/> 12. Colorful night life |
| <input type="checkbox"/> 13. Thai partner | <input type="checkbox"/> 14. Others (Please indicate)..... | |

12. Do you think Khao San Road is part of cultural tourism in Bangkok?

- Yes No

Section 3: Tourism behavior and culture related behavior of tourists staying at Khao San Road

13. Have you ever learn about Thai Culture before?

- Yes no

14. Before taking this trip to Bangkok, you

1. Have well - prepared travel plan 2. Make travel plan roughly 3. Don't plan

15. Have you ever been to Bangkok?

1. This is my first time 2. 2-3 times 3. More than 3 times

16. How long do you stay in Bangkok in this trip?

1. 1-3 nights 2. 4-7 nights 3. 8-14 nights 4. more than 14 nights

17. Whom do you travel with?

1. Alone 2. With family 3. With friends
 4. Travel Agent 5. With partner 6. Others (Please indicate).....

18. Your overall spending for this trip, US\$

19. What is your main purpose of this trip? (**Choose only one answer**)

1. I want to discover cultures that are different from mine. 2. I want to learn about Thai culture
3. I want to experience something new, and adventurous. 4. I want to see and meet different groups of people.
5. I want to escape from work or ordinary environment. 6. I want to get some rest and relaxation.
7. I want to travel to a country I have not visited before. 8. I want to refresh my health and well-being.
9. I want to spend more time with my couple or family members while traveling
10. I want to talk to everybody about my trips when I get home.
11. Others (Please indicate).....

20. What source of information you use for this trip? (**You may tick more than one box**)

1. Books 2. Catalogues 3. The others/travelers 4. Travel Agent
5. Television 6. Tourism Authority 7. Magazines 8. Internet
9. Others (Please indicate).....

21. Factors influencing your decision to stay at Khao San (**You may tick more than one box**)

1. The popularity of the place 2. The unique atmosphere
3. Reasonable price 4. Safe for life and property
5. Convenient for travelling to other destinations 6. Colorful night life
7. Convenient for visiting other sites 8. Fame of the place from movie
9. Friends 10. Others (Please indicate).....

22. Please identify places or activities that you have participated in this trip (**You may tick more than one box**)

1. Sacred places and historical sites 2. Art galleries & museums 3. Thai way of life
4. Traditional Theater 5. Festivals & events 6. Arts and crafts
7. Thai sport 8. Thai cooking class 9. Thai spa& massage
10. Colorful night life 11. Dinner cruise
12. Others (Please indicate).....

23. In this trip, how did you spend time at night? (**You may tick more than one box**)

1. Had Thai dining on cruise in the Menam River 2. Clubbing
3. Watch Thai traditional performace e.g. Miniature, Thai mask dancing
4. Bangkok night sightseeing 5. Others (Please indicate).....

24. What kind of Thai food that you like the best? (**You may tick more than one box**)

1. Somtum 2. Tom Yum Koong 3. Pad Thai 4. Green Curry Soup
 5. Pad Kra Prao 6. chili paste 7. Others (Please indicate).....

25. What kind of souvenirs do you think it is the best represent Thai uniqueness?

(**You may tick more than one box**)

1. Silk 2. silver 3. Handicraft 4. Thai Flower
 5. Woodcut 6. Others (Please indicate).....

26. You have learned Thai culture and Thai life style closely by talking with Thai people in this trip?

- Yes No

27. You get more knowledge and experience in Thai culture from this trip?

- Yes No

28. Would you like to revisit Bangkok once again?

- Yes No

29. Would you recommend your friends/ family to visit Bangkok?

- Yes No

Section 4: Suggestions for cultural tourism in Bangkok

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

Your E-mail.....

Thank you for your kind cooperation in answering the questionnaire

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายศราววุฒิ วัชรະบันตี เกิดเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2522 สำเร็จการศึกษาหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์ จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ จังหวัดสงขลา ในปีการศึกษา 2542 และเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการทาง
วัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2549
ปัจจุบันปฏิบัติงานตำแหน่งนักจดหมายเหตุ หอจดหมายเหตุมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต