

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ศึกษาประวัติ นิยาม และแนวคิดทฤษฎี

2.1.1.1 นิยาม แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ

2.1.1.2 ประวัติตลาดน้ำดำเนินสะดวก

2.1.1.3 ประวัติตลาดน้ำอัมพวา

2.1.1.4 นิยามและความหมายนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการมีส่วนร่วมชุมชน

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.2.3 มาตรการและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

#### 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 2.1.1 ศึกษาประวัติ นิยาม และแนวคิดทฤษฎี

#### 2.1.1.1 นิยาม และแนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมายไว้คือ ที่ชุมชนเพื่อซื้อขายของทางน้ำ มีเรือเป็นพาหนะบรรทุกสิ่งของ ในบางแห่งอาจเรียกตลาดน้ำที่องน้ำ สกฤณี รัชฎพวุฒัน (2541) กล่าวถึง ตลาดน้ำกับผู้ที่เป็นผู้ขาย หรือพ่อค้าแม่ค้าและ ผู้ซื้อหรือลูกค้า และยังรวมไปถึงผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับในรูปแบบต่างๆ เช่น เจ้าของหรือผู้พายเรือ ขับเรือจ้าง เจ้าของสวน หรือผู้ที่นำสินค้ามาส่ง ทั้งนี้สกฤณี รัชฎพวุฒัน ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่าตลาดน้ำแต่เดิมมีผู้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับด้วยจำนวนไม่มากนัก ได้แก่ พ่อค้า แม่ค้าที่พายเรือรับผัก ผลไม้ ซึ่งเป็นผลิตผลตามเรือสวน ไร่ นาหรือผลิตผลจากที่อื่น ๆ มาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ในชุมชนหนึ่ง ๆ หรือเจ้าของผลิตผลออกมาขายสินค้าของตนเอง เมื่อตลาดน้ำเปลี่ยนไปเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ผู้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ย่อมต้องมีเพิ่มมากขึ้นแน่นอน คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ได้กล่าวถึงสินค้าที่ขายว่าแต่ละลำจะขายสินค้าแตกต่างกัน อาทิ ผักสด ผลไม้ตามฤดูกาล อาหารสด ไอศกรีม ผลไม้ดอง ยาดอง เมล็ดกล้วย กะป็น้ำปลา พริกเครื่องแกง และบางลำก็ขายของใช้ ในครัวเรือน เช่น หม้อ กระทะ สาก บางลำขายหมวกและของที่ระลึก นอกจากนี้ศูนย์ข้อมูลเมืองโบราณ (2537) ได้ให้ข้อมูล ตลาดน้ำย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมือง แต่เดิมในสมัยโบราณผู้คนอาศัยอยู่กันอย่างง่าย ๆ รูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละชุมชนเป็นลักษณะการพึ่งตนเอง ต่อมาเมื่อบ้านเมืองพัฒนามากขึ้น การดำรงชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไปมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน จากแหล่งชุมชนหนึ่งกับอีกแหล่งชุมชนหนึ่ง ทำให้เกิดสถานการณ์ที่ถือเป็นแหล่งซื้อขายของชุมชนขึ้นกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่เราเรียกว่า ตลาด โดยตลาดได้กลายเป็นสถานที่สำคัญในชุมชนสังคมเมือง โดยทั่วไปแล้วตลาดจะประกอบด้วยบ้านช่องที่อยู่อาศัย ขายสิ่งของต่าง ๆ เพื่อการอุปโภคในชีวิตประจำวัน ตลาดที่ใกล้ชิดกับคนมากที่สุดน่าจะเป็นตลาดนัด ซึ่งเปลี่ยนวัน เวลาสถานที่ ไปเรื่อย ๆ ตามนัด พ่อค้าแม่ค้าจากหลายถิ่นมีโอกาสนำสินค้ามากมายไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ลักษณะของตลาดจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนเป็นอย่างมาก อีกทั้งเป็นการแสดงวัฒนธรรมความเป็นอยู่อีกรูปแบบหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ฌีวีวรรณ ผิวนิม (2550) กล่าวถึง ตลาดน้ำซึ่งเป็นจุดขายของชุมชน โดยจะคงความยั่งยืนอยู่ได้ต้องสร้างความเข้มแข็งชุมชน ลดการพึ่งพาจากภายนอก เน้นนำเสนอวิถีทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่มากกว่าการขายของเพียงอย่างเดียว เส้นหักของการท่องเที่ยวตลาดน้ำเกิดจากความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนชาวสวน จากการค้าขายผลิตผลทางเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาทุได้ยาก

### 2.1.1.2 ประวัติตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ประวัติตลาดน้ำดำเนินสะดวก (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2550)

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในเขตจังหวัดราชบุรี โดยมีอาณาเขตคือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภออัมพวา จ.สมุทรสงคราม และอำเภอปากท่อ

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

ทิศตะวันออก ติดต่อชายฝั่งทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับสหภาพพม่า

เดิมอำเภอดำเนินสะดวกเริ่มขึ้นก่อน พ.ศ. 2400 พื้นที่เป็นที่ราบลุ่มเป็นที่รกร้างว่างเปล่า มีคลองธรรมชาติที่คดเคี้ยวไปมาซึ่งในฤดูแล้งจะไม่มีน้ำ การคมนาคมไม่สะดวกจนกระทั่งมีการขุดคลองดำเนินสะดวกขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 คลองดำเนินสะดวกเมื่อครั้งที่ทำการขุดคลองใหม่ ๆ เจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) ได้สร้างศาลาที่พักสำหรับคนงานไว้หลังหนึ่งบริเวณปากคลองลัดราชบุรี คลองลัดราชบุรีที่ว่าคือ เส้นทางสายสำคัญในอดีตสำหรับการเดินทางจากคลองดำเนินสะดวกเข้าสู่ตัวจังหวัดราชบุรี แต่ชาวบ้านนิยมเรียกสั้น ๆ ว่าคลองลัดพลี ตัวศาลาสร้างเป็นอาคารไม้ 5 ห้อง หลังคามุงกระเบื้องสีแดง ในช่วงขณะนั้นมีตลาดน้ำอยู่ก่อนแล้ว แต่อยู่ห่างออกไปเรียกว่าตลาดน้ำปากคลอง ที่ตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำแม่กลองจังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำที่นั่นกำหนดเอาวันที่ 1 คำ 6 คำ และ 11 คำ ทั้งข้างขึ้นข้างแรม รวมเดือนหนึ่งมี 6 วันนับจากหลังเมื่อเกิดชุมชนใหม่ที่คลองลัดราชบุรี (สยาม เล่าเจริญ, 2546) บรรดาพ่อค้าแม่ค้าก็รวมกลุ่มกัน โดยมีจุดนัดพบที่บริเวณศาลา 5 ห้อง และกำหนดเอาเป็นวัน 2 คำ 7 คำ และ 12 คำ เป็นวันนัด รวมหนึ่งเดือน มี 6 วัน และตลาดน้ำดำเนินสะดวกถือกำเนิดขึ้นมาในปี พ.ศ. 2490 โดยใช้ชื่อในครั้งนั้นว่า ตลาดน้ำศาลาแดง (ตามชื่อสีหลังคาของสถานที่) บ้างเรียกตลาดน้ำห้าห้อง (ตามชื่อจำนวนห้องของสถานที่) และบ้างเรียกตลาดน้ำหลักแปด (ตามชื่อหลักหินที่ปักตลอดแนวคลองโดยมีทั้งหมด 9 หลัก รวมทั้งหลัก 0 ด้วย) เพื่อเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าทางน้ำ โดยสิ่งของส่วนมากก็จะเป็นพืชผักในสวนของตน นอกจากนี้เสถียรพงศ์ สุขชัยศิริเรือง (อ้างในยุคลธร เศษวนากร, 2545) ได้เขียนถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่ามีมาตั้งแต่ประมาณ 2490 ยุคต้นของการเกิดตลาดน้ำ บรรดาพ่อค้าแม่ค้าซึ่งเป็นชาวสวนในอำเภอดำเนินสะดวก นำพืชผักซึ่งเป็นผลผลิตของสวนลงเรือพายมาซื้อขายกันที่ตลาดน้ำศาลาแดง ซึ่งในปัจจุบันคือบริเวณปากคลองลัดราชบุรี และมีการนัดกันมาค้าขายทางเรือเป็นประจำตลอดมา เพราะแต่ก่อนในพื้นที่ดำเนินสะดวกไม่มีถนน อาศัยเรือพาย เรือแจวเป็นพาหนะในการสัญจรไปมาขนถ่ายสินค้า จนกระทั่งปี

2525 ตลาดน้ำแห่งนี้มีผู้มาค้าขายน้อยลงตามลำดับจึงเปลี่ยนทำเลใหม่เป็นซื้อขายกันที่คลองต้นเข็ม อันเป็นทำเลที่เหมาะสมดีกว่า เนื่องจากผู้ที่มาท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถยนต์และทางเรือได้ ณ สถานที่แห่งนี้จึงได้ชื่อว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวก สอดคล้องกับ วรวิมล เฟื่องพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์คุณค่าและบทบาทของตลาดน้ำในฐานะแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี สรุปว่าตลาดน้ำคลองลัดราชบุรีเป็นตลาดน้ำเก่าแก่ที่สำคัญที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันมายาวนานแต่ปัจจุบันได้ปิดตัวลงไปแล้ว ตลาดน้ำคลองโพหักในอดีตเป็นตลาดน้ำที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่สำคัญของชุมชนแต่ปัจจุบันการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่ตลาดน้ำแห่งนี้ยังคงดำรงอยู่ตามวิถีชีวิตพ่อค้าแม่ค้าตลาดน้ำ แต่ซบเซาลงไปมาก และอาจสูญหายได้ในอนาคต ตลาดน้ำคลองต้นเข็มเป็นตลาดน้ำที่ยังคงมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอยู่ และปัจจุบันตลาดน้ำแห่งนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งนักท่องเที่ยวรู้จักกันในชื่อ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก นอกจากนี้ สุดาราสุจญา (2541) กล่าวถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่า แม่ค้าส่วนใหญ่ในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ไม่ใช่ชาวสวน เป็นพ่อค้าแม่ค้าคนกลางรับซื้อแล้วนำมาขายต่ออีกทีหนึ่ง โดยชาวสวนพายเรือเอาพืชผักมาขายให้แก่แม่ค้าเหล่านี้ แล้วก็กลับไปทำสวนต่อ ทางด้านลูกค้าที่มาจับจ่ายก็ไม่ใช่คนดำเนินสะดวก

อย่างไรก็ดี สมบุญ รุจิขจร (อ้างในยุคลธร เศรษฐนากร, 2545) ตลาดน้ำดำเนินสะดวกถือเป็นสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศส่งผลให้บริเวณแห่งนี้เกิดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากมาย เช่น ร้านขายของที่ระลึก การบริการให้เช่าเรือสำหรับพายหรือขับเข้าไปในคลองเพื่อชมวิถีชีวิตริมคลอง นอกจากนี้มีฉวีวรรณ พิพนธ์ (2550) ที่ได้ศึกษาโครงการพัฒนาและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ได้ใช้กรณีศึกษาตลาดน้ำอันได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี โดยสรุปถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นตลาดน้ำแบบดั้งเดิมพัฒนาจากตลาดชาวบ้านขึ้นมาเป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวเนื่องจากการคมนาคมทางบกเจริญขึ้นทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปพบเห็นและเกิดความประทับใจจนหลงไหลเข้ามาไม่ขาดสายกลายเป็นที่รู้จัก ปัจจุบันจึงมีผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนายทุนจากภายนอกเข้าไปจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและร้านขายของที่ระลึกครบวงจร ขณะที่ชาวบ้านมีบทบาทเป็นลูกจ้างและขอเช่าที่จอดเรือขายของมากกว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ

### 2.1.1.3 ประวัติตลาดน้ำอัมพวา

ประวัติตลาดน้ำอัมพวา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) สมุทรสงครามสร้างขึ้นเมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐาน เดิมเข้าใจว่าเป็นแขวงหนึ่งของราชบุรี เรียกว่า สวนนอก ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาต่อเนื่องกับสมัยกรุงธนบุรี จึงแยกจากราชบุรีเรียกว่า เมืองแม่กลองพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม มีอาณาเขตคือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จ.ราชบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ จ.เพชรบุรี และอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จ.เพชรบุรี และราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จ.สมุทรสาคร

บริเวณชุมชนเก่า จากร่องรอยความเป็นมาของความเก่าแก่ดังกล่าว ทำให้สามารถกำหนดแหล่งการตั้งถิ่นฐาน ตามแนวแม่น้ำลำคลองในเขตอำเภออัมพวาที่สำคัญคือ ชุมชนบริเวณแม่น้ำอ้อม บริเวณที่มีชุมชนเก่าแก่มาก่อนคือ บริเวณแม่น้ำอ้อม ตั้งแต่แยกแม่น้ำแม่กลอง บ้านลัดเลาะ ผ่านบ้านบางกุ้ง ไปจนเข้าเขตอำเภอวัดเพลงความเก่าแก่ของบริเวณนี้ นอกจากพบร่องรอยวัดเก่าที่ตั้งเรียงรายอยู่ตามสองฝั่งของลำน้ำแล้วยังปรากฏมีการขุดคลองซอยใหญ่น้อยแยกออกจากแม่น้ำออกไปทั้งสองฝั่ง โดยเฉพาะทางฝั่งใต้นั้นเกือบกล่าวได้ว่า มีคลองซอยแทบทุกระยะ 400 เมตร นอกจากนี้ยังมีชุมชนบริเวณสองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ได้แก่บริเวณตั้งแต่อัมพวาขึ้นไปจนจรดคลองบางน้อยในเขตอำเภอบางคนที นับเป็นบริเวณการตั้งถิ่นฐานของชุมชนชาวสวนที่หนาแน่นและมีสถานที่สำคัญ เช่น วัดใหญ่ โดยส่วนมากอยู่ทางตะวันออกของแม่น้ำ ซึ่งนอกจากมีชุมชนเรียงรายกันตามริมฝั่งน้ำแล้ว มีการขยายตัวไปทางเหนือและตะวันออกจนถึงเขตติดต่อกับคลองบางน้อยแถวบ้านบางกระบือ ทั้งสองบริเวณที่กล่าวมาแล้ว เป็นที่อยู่อาศัยของชุมชนชาวสวนที่เรียกว่าสวนนอก อันเป็นที่รู้จักกันมาช้านาน อาจกล่าวได้ว่าขณะที่สวนใน คือทางบางกอก บางใหญ่และบางกรวยกำลังอยู่ในสภาพที่ล่มสลาย อันเนื่องมาจากการขยายตัวของชุมชนเมืองบริเวณสวนนอกในเขตอำเภออัมพวาและบริเวณใกล้เคียงยังคงสภาพอยู่ ทำให้เห็นชุมชนลักษณะเรือสวนและวิถีชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนที่สืบมาแต่สมัยอยุธยาได้พอสมควร ทั้งนี้ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่อำเภออัมพวาซึ่งเป็นอำเภอสำคัญเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยาถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ สมัยก่อนเรียกว่า แขวงบางช้าง เป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีความเจริญทั้งในด้านการเกษตรและการพาณิชย์ นอกจากนี้ชุมชนในตลาดน้ำยามเย็นนี้มีพัฒนาการจากสถาบันทางสังคม ด้วยการตั้งสมและกระจายความรู้จากผู้อาวุโสในท้องถิ่น จนเกิดวิถีชีวิตของภูมิปัญญาไทย ตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดเก่าแก่ เมื่อ 50-60 ปีก่อนที่นี้ถือเป็นตลาดนัดทางน้ำที่ใหญ่ที่สุดในสมุทรสงคราม แต่เมื่อถนนหนทางสะดวกมากขึ้น ตลาดการค้าได้ย้ายไปอยู่ริมถนน แต่ชาวอัมพวายังคงอนุรักษ์รูปแบบ

การตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนไว้อย่างค่อนข้างสมบูรณ์ จนมาได้รับรางวัลชุมชนอนุรักษ์ดีเด่นประจำปี 2545 จากสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์

นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวาหรือเรียกว่าตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา เป็นตลาดริมคลอง ตั้งอยู่ใกล้วัดอัมพวันเจติยาราม โดยวัดนี้สันนิฐานว่าเป็นวัดของตระกูลราชินิกุลบางช้าง สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 เป็นสถานที่พระราชสมภพของรัชกาลที่ 2 โดยปัจจุบันตลาดน้ำอัมพวา เป็นตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ที่เปิดช่วงเย็นมีเฉพาะ สุกร์-เสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่ช่วงเวลา 12.00-20.00 น. ในคลองอัมพวาจะมีพ่อค้าแม่ค้าขายเรือขายอาหารและเครื่องดื่ม บรรยากาศสบาย ๆ มีเพลงฟังจากเสียงตามสายของชาวชุมชน และมีกิจกรรมเที่ยวชมตลาด ซึ่งอาหารรับประทานและเช่าเรือไปเที่ยวชมคูหึ่งห้อยในยามค่ำคืน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมล่องเรือชมทิวทัศน์สองฝั่งแม่กลอง แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่นป่าชายเลนมากกว่า 2,000 ไร่ และมีบริการสถานที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยปัจจุบันบ้านบริเวณริมสองฝั่งคลองในบริเวณตลาดน้ำมีบริการรูปแบบที่พักแบบโฮมสเตย์ และปรับรูปแบบร้านค้าเป็นร้านค้าในสมัยเก่าแก่

#### 2.1.1.4 นิยามและความหมายนักท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

วินิจ วีรยางกูร (2532) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว ในลักษณะการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ 3 ประเภทคือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษาเพื่อประกอบศาสนกิจ และการกีฬา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมครอบครัว เพื่อราชการ และเพื่อเข้าประชุม ประเภทที่สองคือนักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางเยือนเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่เกิน 24 ชั่วโมงและประเภทสุดท้ายคือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ช้อยู่เป็นประจำทุกวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือ ออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตนเอง

สมบัติ กาญจนกิจ (อ้างในภาณุพงศ์ ภัทรชาวี, 2549) ได้นิยามนักท่องเที่ยว คือผู้คนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่มีใจอยู่อาศัยตามปกติ ด้วยเหตุผลที่ไม่ใช่การค้ารังสีพในถิ่นที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนปลายทาง นักท่องเที่ยวซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้เช่น ผู้พวย ผู้เร่ร่อน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่านทาง ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ

**World Tourism Organization :WTO** (อ้างในวิลาวัณย์, 2546) ให้นิยาม การท่องเที่ยวไว้ว่า คือ การประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเดินทางไปและพักในสถานที่นอกสภาพแวดล้อมปกติของตน ในระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปีต่อเนื่องกัน เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจ และจุดประสงค์อื่น ๆ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544) ประเภทของการท่องเที่ยว แบ่งตามรูปแบบหนึ่งทีพิจารณาจากจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยสามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ เร่งรีบของนักท่องเที่ยว หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตน ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่แปลกใหม่ไปจากสภาพเดิม ๆ ของนักท่องเที่ยว หรือบางครั้งต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ หรือเพื่อชมทิวทัศน์ที่แตกต่าง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นจุดประสงค์พื้นฐานหลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั่วโลก การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจในประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก แม้ว่าการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจะมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้แก่จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวไปเยือน และนักธุรกิจก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อทำงาน หากรายได้แบบเป็นกิจจะลักษณะโดยตรง สุดท้ายเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มรู้สึกว่า การเดินทางเพียงเพื่อไปชมบ้านเมือง หรือชมธรรมชาติ โดยครอบคลุมไปถึงกิจกรรมด้านโบราณคดี การเล่นบอลลูน การขี่จักรยาน การล่องลำธาร การเล่นกอล์ฟ การดำน้ำ เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนนันทนาการที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ นอกจากนี้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย ได้อ้างถึง The Ecotourism Society ที่ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้คือ การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น มีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น

เสรี เวชบุษกร (2538) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้คำจำกัดความถึงการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่น และมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมแต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่าตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

สถัญญ์ แสงอรุณ (2550) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และเป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) โดยกล่าวอ้างถึงการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลัง รวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคน ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

ยุคลธร เตชะวนากร (2545) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ ทั้งนี้การท่องเที่ยวอนุรักษ์ถือว่าเป็นแนวทางหรือวิถีที่พยายามจะก้าวไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้

ดร.ชนันท์ ออมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชนฐมาต (2539) ได้กล่าวถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีเรื่องของการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (natural resource tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (first hand ecosystem) และ  
วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2) นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยกล่าวอ้างถึงสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย ที่  
จำแนกนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ 4 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระติ (hard-  
core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชม  
ธรรมชาติ ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็น  
นักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติ  
ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (mainstream nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบ  
ไปสถานที่แปลกที่ไม่เคยไปมาก่อนหรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรม  
ท่องเที่ยวพิเศษ และประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (casual nature tourists) เป็น  
นักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือก  
ไป

3) การตลาด เป็นสิ่งสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่  
สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยว  
ในเชิงคุณภาพ (qualitative tourism) มากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (quantitative tourism) อัน  
จะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4) การบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความ  
ต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นต้องการ  
บริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสารและบริการเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้  
ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมาย  
ธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในภาคบริการได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้อง  
กลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกร (2550) ตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศ พิจารณาจากจำนวนครั้งของ  
การเดินทางในประเทศของคนไทยมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องมาตลอดในช่วง 5 ปี  
ที่ผ่านมา มีแนวโน้มชะลอการเติบโตลงอย่างเด่นชัดในปี 2549 และต่อเนื่องมาในปี 2550  
เนื่องจากมีปัจจัยทั้งจากภายในประเทศและภายนอกประเทศหลายประการส่งผลกระทบต่อ  
ตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตามราคา  
น้ำมัน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลมีแนวโน้มถดถอยลงอย่างเด่นชัด ขณะที่การเดินทาง  
ท่องเที่ยวระยะใกล้เติบโตอย่างรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาจากการเดินทางของคนไทยไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดหลักของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จากการเดินทางระยะกลางและระยะไกลมาเป็นการเดินทางระยะสั้นๆ ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร

จากแนวโน้มของตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศดังกล่าวเป็นแนวทางในการเพิ่มพูนรายได้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศได้ ด้วยการเพิ่มจำนวนครั้งในการเดินทาง การเพิ่มจำนวนวันพัก และการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ มีบริการรองรับอย่างครบวงจร รวมทั้งมีกิจกรรมต่าง ๆ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืน ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งก่อให้เกิดเม็ดเงินรายได้ท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อกระจายการเดินทางท่องเที่ยวไม่ให้กระจุกตัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดติดกันหลายวัน ก่อให้เกิดการใช้บริการรองรับด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดสัปดาห์ และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทำบุญไหว้พระที่กระแสดำรงมาแรงในปัจจุบัน โดยมีกิจกรรมงานบุญประเพณีที่แตกต่างไปในแต่ละท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยว

วินิจฉัย วิจัยางกูร (2532) แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึงแนวความคิดด้านการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุด ในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้การตลาดของการท่องเที่ยวมีความสำคัญคือ มุ่งที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบได้โดยการวิจัยตลาด และการพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคต และแนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความชอบของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการนำมาประยุกต์ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจการท่องเที่ยวและนอกจากนี้การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการกำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้ คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

## 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

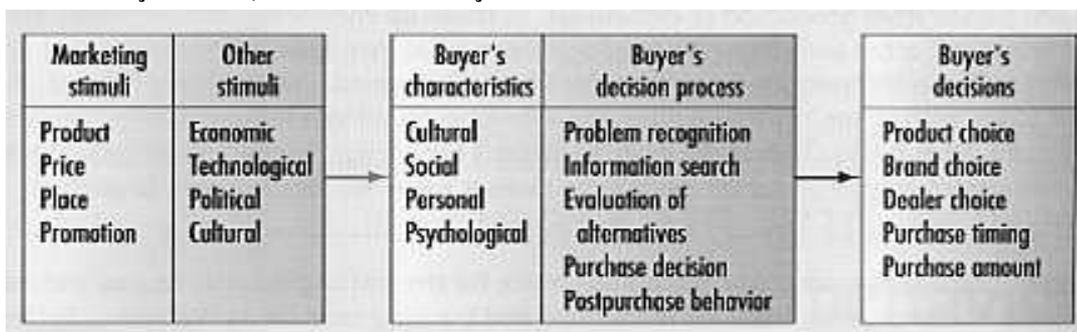
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545) ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเกิดจากปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการ ซึ่งแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจได้หลายประการ เช่น ต้องการการพักผ่อน ต้องการลดความเครียดจากการทำงานและสภาวะแวดล้อมที่จำเจ ต้องการรักษาสุขภาพของร่างกายและจิตใจ ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ในท้องถิ่นอื่น ต้องการพบปะผู้คนเพื่อทำความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ที่อยู่ในวงการอาชีพเดียวกัน หรือมีความสนใจร่วมกันหรือพบปะเยี่ยมชมเยียนญาติพี่น้องและผู้รู้จักมักคุ้นกัน ต้องการพัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางวิชาการหรือวิชาชีพ เป็นต้น นักท่องเที่ยวจะเดินทางก็ต่อเมื่อมีความพร้อมและสามารถที่จะเดินทางได้ เช่น มีสุขภาพแข็งแรง มีเวลาว่างเพียงพอ มีฐานะทางการเงินหรือได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่มีภาระทางครอบครัวที่ต้องการดูแลอย่างใกล้ชิด สถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยว สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ความต้องการการท่องเที่ยวของคนในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ขึ้นอยู่กับความพร้อมและสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าจะมีความต้องการท่องเที่ยวแต่ก็อาจไม่ได้ไปเนื่องจากสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวย โดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ภาวะยุ่งยากทางการเมืองและภาวะเจ็บป่วยของร่างกาย

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มนุษย์มีการเดินทางท่องเที่ยว ตั้งแต่ในอดีตเพื่อการค้า เพื่อประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อหรือศาสนา เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชนชาติอื่น และปัจจุบันได้มีเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และจากอดีตจนถึงปัจจุบันการท่องเที่ยวเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ค้นพบและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การใช้ของนักท่องเที่ยว คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย มีลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ ส่วนผู้บริโภคซื้ออะไร (Objects) ต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ปัจจัยเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ในที่นี้คือผู้มีบทบาททำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ มีกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ

ผู้ซื้อ และผู้ขาย นอกจากนี้ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงฤดูการวันหยุด เป็นต้น และ ผู้บริโภคซื้อที่ไหนหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร มีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกลังการซื้อ

ฟิลิป คอตเลอร์ (2543) รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) นักการตลาดพยายามศึกษาเพื่อให้เข้าใจขบวนการในการตัดสินใจซื้อที่เกิดขึ้นซึ่งนำไปสู่การซื้อสินค้า ซึ่งขบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มจากการได้รับสิ่งกระตุ้นจากภายนอก และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดจนเกิดการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อมักมีผลจากอิทธิพลของปัจจัยต่างๆเกี่ยวกับผู้บริโภค ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนตัว และปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเป็นต้น

ภาพที่ 2.1: รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)



ที่มา : Kotler, Philip, 2000

**แรงจูงใจ (Motivation)** แรงจูงใจ เป็นขบวนการหนึ่งที่น่าไปสู่พฤติกรรมของบุคคลแรงจูงใจเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความต้องการ (needs) และคิดที่จะตอบสนองความต้องการนั้น ความต้องการเกิดขึ้นได้หลายอย่างในขณะเดียวกัน

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นของวัฒนธรรม แล้วนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ซึ่งวัฒนธรรมแต่ละอย่างมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ

วัฒนธรรมพื้นฐาน หมายถึง รูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอดสืบทอดต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรม และขัดเกลาทางสังคมดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคลทำให้มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยมักเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นทางภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

### 2.2.3 มาตรการ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ไทยทอปปิค (2544) ได้สรุปการประชุม เรื่องแนวทางการแก้ไข พ.ร.บ.การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้ แนวคิดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการมองการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของผู้เที่ยว (นักท่องเที่ยว) ที่เข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชน ซึ่งเป็นการประสานผลประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงมีองค์ประกอบ ด้านหลักการ ควรมีการคำนึงถึงคุณภาพ โดยเฉพาะคุณภาพของนักท่องเที่ยว ที่ได้ประสบการณ์ันทนาการ คุณภาพของชุมชนที่จะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน และคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่จะไม่เสื่อมโทรมลง การท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องระยะยาว และมีความสมดุลระหว่างรายได้ของชุมชนท้องถิ่น และความสุข หรือประสบการณ์อันดีที่นักท่องเที่ยวได้รับ และ รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการไม่ทำลายระบบนิเวศวิทยา มีองค์ประกอบดังนี้

1) เน้นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าสิ่งแวดล้อม เน้นการไปในแหล่งธรรมชาติ ไม่ทำลายธรรมชาติ และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งเน้นด้านการอนุรักษ์ การเรียนรู้ธรรมชาติ การเห็นคุณค่า และชุมชนได้รับประโยชน์

2) การท่องเที่ยวแบบชุมชนเป็นแกน (Community base eco-tourism) การจัดการต้องเอื้อประโยชน์ให้ชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะชุมชนที่เข้าไปจัดการเอง หรือชุมชนที่มีความพร้อม

3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีความสำคัญในเรื่องการมีส่วนร่วม ชุมชนเป็นศูนย์กลาง การพัฒนาชุมชน เครื่องมือการพัฒนา และชุมชนได้รับประโยชน์ที่มากกว่าเม็ดเงิน เช่น ความภาคภูมิใจ เน้นรายได้เป็นของชุมชน ฯลฯ ในส่วนของนักท่องเที่ยวได้ประโยชน์ เช่น ได้รับประสบการณ์ธรรมชาติ ได้รับบริการอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ยังได้กล่าวถึงสภาพปัญหาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยระบุประเด็นปัญหาเบื้องต้นได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางแห่ง ได้เกิดการแย่งชิงทรัพยากรและที่ดินทำกินของคนใน ชุมชน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว และในทางกลับกัน บางแห่งชาวบ้านและนายทุนต่างถิ่นสามารถเข้าครอบครองพื้นที่สาธารณะของชุมชนเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

2) ชุมชนไม่รู้จักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และกฎหมายที่มีอยู่ก็ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของชุมชน เช่น บัตรไกด์ ที่จะรับรองคุณวุฒิทางการศึกษามากกว่าความรู้จริงในพื้นที่หรือชุมชน

3) การสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนบ้านพักรับรองนักท่องเที่ยวที่ผ่าน ไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของชุมชน ไม่สอดคล้องกับสภาพทางระบบนิเวศ เช่น ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศอย่างดีกลางป่า มีถนนคอนกรีตตัดผ่านชุมชน ฯลฯ

4) นักท่องเที่ยวมาจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย ส่วนหนึ่งไม่เคารพต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน บางแห่งเยาวชนในชุมชนเลียนแบบวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ชุมชนชายหาดมีเยาวชนนุ่งน้อยห่มน้อยเดินกันเกลื่อนชายหาด เด็กชาวไทยภูเขามีความนิยมต่อการกินขนมหวาน ขนมขบเคี้ยวที่นักท่องเที่ยวนำติดตัวขึ้นมาแจก การแต่งกายเลียนแบบนักท่องเที่ยว เป็นต้น

5) เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์ในชุมชน เนื่องจากมนุษย์มีความอยาก มีความโลภ บางแห่งอาจจะเปลี่ยนสภาพจาก ธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนไปเป็น ธุรกิจส่วนบุคคล

6) เมื่อมีนักท่องเที่ยวมากขึ้น จึงเกิดปัญหาขยะและแหล่งเสื่อมโทรม และความเสื่อมโทรมทางสิ่งแวดล้อม

7) บริษัทจัดนำเที่ยว ไม่ได้คำนึงถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นและบางครั้งการแข่งขันในเรื่องของราคา ทำให้มองชุมชนเป็นเพียงสินค้าอย่างหนึ่งเท่านั้น

8) ชาวบ้านที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่รู้เรื่องสภาพพื้นที่และชุมชนเป็นอย่างดี แต่ไม่สามารถมีบัตรไกด์ได้

9) นักท่องเที่ยวบางส่วนที่ขาดการรับรู้ รับทราบวัฒนธรรมของชุมชน ทำให้ไม่เข้าใจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว บางคนอาจถูก ลอบหัว วัตถุประสงค์ของชุมชนท้องถิ่นโดยไม่รู้ตัว

10) หน่วยงานราชการที่เข้าไปส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามกระแส หลายหน่วยงานไม่รู้จักจริง และส่งเสริมในทางที่ผิดซึ่งเป็นผลให้วิถีแห่งความเป็นชุมชนเสื่อมและล่มสลายไปในที่สุด

11) ชุมชนขาดหลักวิชาการ ในการกำหนดขีดความสามารถการรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นผลให้สภาพพื้นที่เสื่อมโทรมลง

12) ความเข้าใจและสำนึกของนักท่องเที่ยวที่ขาดความรับผิดชอบ และมักคาดหวังให้ชาวบ้านมาเป็นบริกร คาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่สะดวกสบาย และพยายามกดดันให้ชุมชนปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตรงตามความต้องการของตน

13) ของกินของใช้ในแหล่งท่องเที่ยวมักมีราคาแพง ทำให้ค่าครองชีพของคนในท้องถิ่นสูงขึ้น และคนในท้องถิ่น ต้องแบกรับภาระนี้โดยไม่จำเป็น

14) การลดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของคนในชุมชน อันเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ที่ไปเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน มีความคิดความรู้สึกเหมือนการไปเที่ยวสวนสัตว์

15) ราชการขาดเป้าหมายหลักด้านทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เมื่อมีปัจจัยมากระทบก็เบี่ยงเบนออกไป

16) ชาวบ้านยังมีแนวคิด ในเรื่องการพึ่งพา อันเนื่องมาจากการมีหน่วยงานราชการ เข้าไปส่งเสริม แต่ไม่ทำตัวเป็นเพียงแค่พี่เลี้ยงของชุมชน จึงมักตอบสนองความต้องการ โดยขาดการ ต่อรอง

17) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ขาดการจัดการอย่างเหมาะสมได้สูญเสียสภาพ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติไป และบางแห่งเป็นแหล่งบันเทิงเรีงรมย์

18) หน่วยงานราชการมองการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเรื่องของการหา รายได้

19) ชาวบ้านขาดอำนาจต่อรองในเรื่องของรูปแบบและการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น การสร้างรายได้

20) กฎหมายอุทยานแห่งชาติ ไม่เปิดช่องทางให้ชุมชนสามารถเข้าไปดำเนินการ จัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ในเขตดังกล่าว

**สิทธิชุมชนในการกำหนดมาตรการวิธีการ และรูปแบบเนื้อหาการจัดการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์**

ชุมชนในฐานะเจ้าของพื้นที่ที่มีสิทธิอันชอบธรรมในการกำหนดรูปแบบการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง ต้องรักษาคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งควรมีทุกระดับเช่น ร่วมคิด ร่วมกำหนดรูปแบบ ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับผลประโยชน์

1) ชุมชนควรกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสมกับชุมชน มีกระบวนการ ทำงานกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

2) ชุมชนควรกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนอย่างเหมาะสม โดย คำนึงถึงความสามารถในการจัดการ และการรองรับของชุมชน ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม และ วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

3) ควรกำหนดข้อพึงปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อเข้าสู่ชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวต้อง ให้ความเคารพด้วย

4) ระบบการให้บริการของชุมชนควรมีความเหมาะสม

5) การท่องเที่ยวควรเป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยคำนึงถึงความเป็นตัว ของตัวเอง

6) การกำหนดราคาสินค้าในชุมชน ตลอดจนอัตราค่าบริการให้บริการต่าง ๆ ที่เป็นธรรม รวมถึงระยะเวลาของการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

7) ผู้ประกอบการชุมชนที่ทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรมองชุมชนอื่นเป็นเสมือนคู่มือร่วมอุดมการณ์มากกว่า การเป็นคู่แข่งกัน กล่าวคือ จะต้องมึลักษณะของการเป็นพันธมิตรที่ร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว

8) ชุมชนต้องเพิ่มศักยภาพในการพึ่งตนเอง และกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยการคิดเอง ทำเอง และลดการรับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ

**มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม**

1) การปรับเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวมาสู่ทัศนคติรูปแบบใหม่ ควรจะต้องรณรงค์ให้เกิดความเข้าใจอย่างกว้างขวาง

2) การตกลงร่วมกันของนักท่องเที่ยวที่จะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมของชุมชน

3) การกำหนดมาตรฐานของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

4) ควรมีการกำหนดสัดส่วนการแบ่งปันรายได้ที่จะได้จากการท่องเที่ยวในชุมชน โดยกำหนดให้ส่วนหนึ่งของรายได้ต้องจัดนำส่งเข้าสู่กองทุนหมู่บ้านหรือกองทุนชุมชน ซึ่งมีระบบการบริหารจัดการรายได้เพื่อการพัฒนาหมู่บ้าน

5) การดำรงรักษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ดั้งเดิมของชุมชน

6) ส่งเสริมความสามัคคีภายในหมู่บ้าน

7) กระบวนการทำงานเป็นเครือข่าย ควรเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายอื่น ๆ

8) ควรกำหนดความสำคัญก่อนหลังในเรื่องของการท่องเที่ยว

9) การเพิ่มข้อมูลเพื่อการตัดสินใจให้กับชุมชน โดยเฉพาะผลกระทบของรูปแบบการท่องเที่ยวแต่ละแบบ

10) ชุมชนควรมีส่วนร่วมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการในการจัดการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน และพื้นที่ของตนเอง

11) ควรดูความเข้มแข็งของชุมชน เช่นอาจจะเป็นเรื่องของเงินกู้ดอกเบี้ย ระยะเวลา

12) ควรมีระยะเวลาในการติดตามปัญหา

13) มีการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน และคนท้องถิ่น ไม่ควรกระจุกอยู่เฉพาะกับคนบางกลุ่ม

14) ควรมีการกำหนดเขต (Zone) การท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีพื้นที่ส่วนตัว ไม่ใช่นักท่องเที่ยว จะสามารถเดินขึ้นบนบ้านเพื่อดูการนั่ง การนอน หรือการทำธุระส่วนตัวของคนในชุมชนได้

15) การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากจะต้องได้รับความเห็นชอบจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังต้องได้รับความเห็นชอบจากชุมชนท้องถิ่น

#### การกำหนดมาตรการลดผลกระทบทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

1) ชาวบ้านต้องมีกระบวนการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันในชุมชน เพื่อรักษาสภาพทางวัฒนธรรมที่ดีงามไว้ รวมถึงการกำหนดร่วมกันของชุมชนในเงื่อนไขอันเหมาะสมที่นักท่องเที่ยวพึงปฏิบัติตามเมื่อเข้าสู่ชุมชน

2) ควรมีระบบพี่เลี้ยงที่ต่อเนื่อง ในการสร้างกลไก และความเข้มแข็งของชุมชน โดยเพิ่มฐานการพึ่งพาตนเองในระยะยาว

3) ควรมีระบบการตลาดเพื่อสังคม โดยใช้กลไกทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อลดปัญหาผลกระทบทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวที่เหมาะสมชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นศูนย์กลางในการกำหนดเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของชุมชน ไม่ใช่นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว หรือหน่วยงานราชการ

ละเอียด ศิลาน้อย (2551) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน จะต้องมีการวางแผนตามมาเป็นสิ่งแรกที่จะต้องทำ และอาจแบ่งได้เป็น 5 ประเด็น คือ

1) การวิเคราะห์ตลาด เป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยว และความชอบของนักท่องเที่ยว และทราบถึงลูกค้าที่มีศักยภาพมาก การวิเคราะห์ตลาดจะบอกได้ว่าควรที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในรูปแบบใด นอกจากนี้การวิเคราะห์ตลาดยังจะบอกถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ว่าเป็นใคร มาจากไหน มีสถานภาพทางสังคมอย่างไร ซึ่งอาจรวมไปถึง รายได้ อายุ การศึกษา เพศ สถานภาพการสมรส และขนาดของครอบครัว ฯลฯ และเราจะพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่าง ๆ

2) การประเมินศักยภาพของพื้นที่ ประเมินถึงสิ่งที่มีอยู่แล้วและจะเพิ่มเติมอะไร โดยการประเมินศักยภาพของพื้นที่ จะต้องคำนึงถึงแรงงานในพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ถนนในพื้นที่ แหล่งน้ำ พลังงานไฟฟ้า ระบบกำจัดขยะและของเสีย น้ำเสีย ตลอดจนบริการอื่น ๆ ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน อาคารหรือสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว อันอาจจะรวมถึง โรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์ประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการนันทนาการ ร้านขายของ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ อีกมาก แหล่งท่องเที่ยวจะต้องสามารถเดินทางเข้าถึงได้โดยง่าย

3) การศึกษาทางการเงิน ในกระบวนการวางแผนในระยะเริ่มแรก มีการประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในโครงการ ซึ่งการเงินอาจจะมาจากนักลงทุนเอกชนหรือจากหน่วยงานของรัฐ การศึกษาทางการเงินจะต้องสามารถคาดการณ์ถึงการเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินในพื้นที่และการเปลี่ยนแปลงของแบบแผนการจ้างงานด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องพยายามลดผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลบให้ได้ และขยายผลในเชิงบวกมากขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้

4) การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ในกระบวนการวางแผน ต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางกายภาพ ที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมมักจะเกี่ยวข้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว ที่จะไม่ทำลายทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สูญเสียไป นอกจากนี้ในทางเศรษฐศาสตร์ประชาชนในท้องถิ่นจะถูกแย่งงานทำหรือสมรรถนะในทางสังคม (Social) ที่ประชาชนในพื้นที่จะเป็นปฏิปักษ์ต่อนักท่องเที่ยว หรือสมรรถนะในทางสิ่งแวดล้อม (Environment) ที่ถูกทำลายไปโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอันขาดการวางแผนที่ดี

5) การศึกษาผลกระทบทางสังคม ผลกระทบของการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา มาก จนกระทบต่อประชาชนในชุมชนที่ต้องคำนึงถึง เพราะประชาชนในพื้นที่อาจมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้ เช่นในบางครั้งก็ไปทำลายขนบธรรมเนียมหรือประเพณีดั้งเดิม และนำวัฒนธรรมจากภายนอกหรือวัฒนธรรมต่างวัฒนธรรมเข้าไปแทรกแซงโดยมีมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกันออกไป จนเกิดกระทบกระทั่งกับวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนเดิม ซึ่งถ้าวางแผนให้ดีก็จะสามารถสร้างสรรค์ผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ณัฐธิดา ทองไผ่ (2549) กล่าวถึง การพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มากเพราะเป็นกิจกรรมแบบเฉพาะตัวไม่เหมือนที่อื่นและเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ ชุมชนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิถีวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

ทิพย์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2552) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT) ถือว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบที่คำนึงถึงการกระจายรายได้ และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระแสที่ได้รับการสนับสนุนในทุกระดับตั้งแต่องค์กรในระดับโลกจนถึงระดับท้องถิ่น รูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะในแถบเอเชีย ถือว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสม เนื่องจากเอกลักษณ์ที่มีในชุมชนและการท่องเที่ยวสามารถเป็นรายได้เสริมแก่ชุมชนได้ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงหัวใจหลักของการท่องเที่ยว

ชุมชนคือ การเข้าใจชุมชนซึ่งจะต้องมีกระบวนการอย่างระมัดระวังว่าเสียงของชุมชนนั้นได้รับการรับฟังอย่างไม่เบียดเบียน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับทุกชุมชน

สุธาวัลย์ เสถียรไทย (2551) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นรากฐานที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจด้านการพัฒนา และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีผ่านกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของประชาสังคมที่เป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจที่เหมาะสม ทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

อรพินท์ สพโชคชัย (2538) กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในแง่ของการพัฒนาไว้ว่า เป็นอีกส่วนหนึ่งในการสร้างความภูมิใจ และการสร้างความสามัคคีในชุมชน โดยจะช่วยให้เกิดการพัฒนามาตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับความต้องการชุมชน และการมีส่วนร่วมยังเป็นกลไกที่ช่วยให้ชุมชนสามารถดูแล ควบคุมการพัฒนา ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ชุมชนต้องการ

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรวิมล เฟิงพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์คุณค่าและบทบาทของตลาดน้ำในฐานะแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำ อำเภอคำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จากการศึกษาพบว่า ทั้งในอดีตและปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงหรือที่เรียกว่าแม่ค้าตลาดน้ำ ซึ่งมีลักษณะนิสัยและการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน นอกจากนี้แม่ค้าตลาดน้ำยังมีการเรียนรู้และการถ่ายทอดเพื่อดำรงรักษาอาชีพแม่ค้าตลาดน้ำไว้ แม่ค้าตลาดน้ำจึงมีบทบาทใหม่ที่ไม่ใช่เพียงแค่การค้าเท่านั้น ดังนั้นแม่ค้าตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนประเภทบุคคลที่สำคัญที่สุดของตลาดน้ำที่จะทำให้ตลาดน้ำดำรงอยู่หรือสูญหายไป

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการและการจัดการองค์ความรู้และวัฒนธรรมชุมชนตลอดจนปรากฏการณ์ของชุมชนในตลาดน้ำยามเย็นซึ่งเป็นตลาดน้ำยามเย็นเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ตั้งอยู่ที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสนทนากลุ่ม สำหรับวัฒนธรรมชุมชนในตลาดน้ำยามเย็นนี้มีพัฒนาการจากสถาบันทางสังคม ด้วยการสั่งสมและกระจายความรู้จากผู้อาวุโสในท้องถิ่น จนเกิดวิถีชีวิตของภูมิปัญญาไทย จากองค์ความรู้การทำมาหากิน องค์ความรู้ในการดำรงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ 7 ด้านด้วยกัน แต่องค์ความรู้ทางด้านเกษตรกรรมมากที่สุด การที่วัฒนธรรมชุมชนจะยั่งยืนได้ทุกฝ่าย

นั้นควรมีการตระหนักถึงวิถีชีวิตของภูมิปัญญาไทย สมควรให้มีการเลือกสรรและพัฒนาให้มีความชำนาญ พร้อมทั้งใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อการพึ่งพาตนเองในเศรษฐกิจและสังคมให้ได้มากที่สุด

**ประเสริฐ สายเกื้อกุล (2547)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกครั้งนี้เป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว ส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อน โดยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเรื่องตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากเพื่อน สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักทำขณะอยู่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก 3 อันดับแรกคือ เดินเที่ยวชมบรรยากาศตลาดน้ำฯ รับประทานอาหาร และนั่งเรือชมบรรยากาศตลาดน้ำฯ โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 500 – 1,000 บาท และนิยมซื้อ ผัก/ผลไม้ เป็นของฝากของที่ระลึก หรือของซื้อกลับบ้าน เป็นเงิน 201 – 400 บาทต่อครั้ง สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการมีกระบวนการ

**พัชรา ลากลือชัย (2546)** ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคา และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคา จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มากกว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้น ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านบริการการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพวิถีชีวิตความเป็นชุมชนในตลาดน้ำและความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและด้านบริการการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพวิถีชีวิตความเป็นชุมชนในตลาดน้ำและการบริการและอรรถาธิบายไม้ตรีของพ่อค้าแม่ค้ามากที่สุด

**นवल สารสอน (2533)** ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จากการศึกษาพบว่าตลาดน้ำหรือตลาดนัดทางน้ำ ที่ดำเนินสะดวก ถือเป็นรูปแบบวิถีชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในที่ลุ่มแห่งนี้ อย่างหนึ่ง ซึ่งมีขึ้นควบคู่มาพร้อมกับชุมชนดำเนินสะดวก สภาพชีวิตภายในชุมชนเป็นลักษณะที่ต่างพึ่งพากัน การกำหนดราคาและการเลือกเป็นคู่ค้านอกจากจะพิจารณา ในเรื่องของ การสนอง

ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจแล้ว ยังเน้นความรู้จักคุ้นเคยกันด้วย ทำให้การค้ารุ่งเรืองของคนในชุมชน เป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งคนจากสังคมเมืองหรือท้องถิ่นอื่นๆ อาจเห็นว่าเป็นวิถีชีวิตที่สวยงาม จนกลายเป็นสิ่งดึงดูดใจให้คนต่างถิ่นเข้าไปดูในรูปของนักท่องเที่ยว จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการทำธุรกิจสินค้าของที่ระลึกซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการมีคนต่างถิ่น และคนในท้องถิ่น เมื่อประโยชน์จากธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันกันด้วยวิธีการต่าง ๆ เนื่องจากการแย่งอาชีพ และการแย่งการให้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำมีความแตกต่างจากในอดีตมาก

วันเพ็ญ แต่งตั้ง (2546) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากที่สุดคือ ชมวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ และบรรยากาศตลาดน้ำ จากงานวิจัยมีข้อเสนอแนะปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำ ถังขยะ มลภาวะทางอากาศ ทางเดินเพื่อชมบรรยากาศริมน้ำ ปรับปรุงความสะอาดของลำคลอง และความสะอาดของอาหารที่จำหน่าย ควบคุมผู้ประกอบการไม่ให้เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และแสดงอัตราค่าบริการอย่างเปิดเผยให้นักท่องเที่ยวทราบ ตลอดจนส่งเสริมชุมชนให้ผลิตสินค้าหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนมากกว่านี้

พวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และพฤติกรรมการท่องเที่ยวมาโดยรถยนต์ส่วนตัว เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก นอกจากนี้ โดยภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านอาหารจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝากมีน้อยกว่าการรับรู้จริง และสรุปว่าผู้ตอบไม่พึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ

ศักดิ์ศรี แก้วเอี่ยม (2543) ศึกษาเรื่องความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ได้ศึกษาระดับความรู้ และการปฏิบัติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอยบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอยของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง การทดสอบความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย จากการศึกษาพบที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีข้อเสนอแนะในการจัดการขยะมูลฝอย ควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มดูแลความสะอาด

การจัดหาถังขยะเพิ่ม และควรเข้มงวดในเรื่องการรักษาความสะอาด รวมไปถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม

โยธิน ทองชานา (2550) ปัจจัยทางการตลาดในการจัดการด้านบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดน้ำวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวอายุเฉลี่ย 15-34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 10,001-20,000 บาท บุคคลในครอบครัว/ญาติแนะนำ พาหนะการเดินทางใช้รถยนต์ส่วนตัว จากการศึกษาพบว่าการรับรู้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติควรกระตุ้นให้ชุมชนร่วมมือร่วมใจดูแลรักษาให้คงสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง เช่น สภาพริมน้ำ คุณภาพของน้ำในแม่น้ำนครชัยศรี ทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม สภาพวิถีชีวิตพื้นบ้านของชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ และจัดทำแผนพับ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมากยิ่งขึ้น รวมถึงสนับสนุนด้านงบประมาณจัดทำป้ายแนะนำเส้นทาง การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญต่าง ๆ

มยุรี ศรีอุตร (2547) การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา การสัมภาษณ์เชิงลึก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมในด้านการปฏิบัติกิจกรรม โดยร่วมกันจัดสภาพแวดล้อมชุมชนให้คงงาม สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และมักเป็นฝ่ายปฏิบัติตามนโยบายมากกว่าที่จะมีส่วนร่วมในการวางแผน หรือการติดตาม และประเมินผล เนื่องจากผู้ประกอบการมีภารกิจในด้านการค้าขายจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2552) ศึกษาเรื่องความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเขตเมืองหลวงภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้ทำการศึกษาความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และพฤติกรรมมาท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการให้บริการบริเวณตลาดน้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตเมืองหลวง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 15-24 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 5,001-10,000 บาท พฤติกรรมมาท่องเที่ยวพบว่า มาท่องเที่ยวครั้งแรก และมากกว่า 4 ครั้งมีจำนวนใกล้เคียงกัน มาโดยรถส่วนตัว รู้จักตลาดน้ำจากคนรู้จัก ส่วนใหญ่มาเพื่อรับประทานอาหาร โดยมากับครอบครัว/ญาติ ช่วงเวลาที่มา 10.01-14.00 น. ของฝากที่นิยม 5 ลำดับคือ ขนมไทย ผักและผลไม้ กลิ้วยไม้ ของตกแต่งบ้าน และเครื่องปั้นดินเผา โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝาก 200-500 บาท ความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การล่องเรือ และการจำหน่ายสินค้าอาหารบนเรือมีจำนวนใกล้เคียงกัน วัฒนธรรมที่ขึ้น



วิภาณี กาญจนานิลโย (2544) ศึกษาเรื่อง ขนมหไทยและวัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษาตลาดดอนหวาย ขนมห เป็นสิ่งที่มีอยู่ในวัฒนธรรมการกินของคนมานานแล้วทั้งในสังคมตะวันตกและสังคมไทย โดยความหมายของขนมหในมุมมองของผู้บริโภค (ซึ่งในที่นี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดดอนหวาย) จะต้องเป็นขนมหที่ต้องมี ความเก่าแก่ ความโบราณ ความ เป็นท้องถิ่น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องการที่จะบริโภคเมื่อมาเที่ยว โดยต้องสามารถบอกได้ว่า เป็นขนมหดั้งเดิม หรือเป็นเจ้าของที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่น เพื่อให้รู้สึกว่ามีคุณค่ามาถึงสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่นี่มีความห่วงใยดูแลสภาพมากเป็นพิเศษ ดังนั้นขนมห ที่พวกเขาเลือกที่จะบริโภคจะต้องตอบสนองความต้องการดูแลและสุขภาพของพวกเขาได้นั้นก็คือ เป็นขนมหที่ไม่ใช้สารสังเคราะห์ในการผลิต มีรสชาติที่ไม่หวานมาก และบรรจุภัณฑ์ควรจะเป็นสิ่ง ที่มาจากธรรมชาติ ทั้งนี้ลักษณะการบริโภคขนมหยังคงมีความสำคัญในวัฒนธรรมการกินของคน และยังคงมีอยู่คู่กับวิถีชีวิตมนุษย์ เพียงแต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคตามสภาพสังคมและวัฒนธรรม ที่เปลี่ยนแปลงไป

สุพร บุญปก (2551) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบาง น้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนว ทางการพัฒนากรรณนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรณนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระ ประแดง จังหวัดสมุทรปราการจำนวน 10 กิจกรรณโดยศึกษาใน 7 ด้านได้แก่ด้านการจัดการ ด้าน การประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้าน การคมนาคม และด้านราคา จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาอยู่ใน ระดับ ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อ พักผ่อนหย่อนใจ สิ่งดึงดูดที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวคือบรรยากาศที่ร่มรื่น และกิจกรรม นันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือชมวิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดย ระดับความพึงพอใจกิจกรรมนันทนาการทั้ง 10 กิจกรรณอยู่ในระดับมากถึง 7 ด้าน

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2551) ศึกษาเรื่องการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดย องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนเรื่องผลผลิตไม่มีที่จำหน่าย สินค้า ราคาตกต่ำ และหลังจากมีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแล้ว สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชน เรื่องผลผลิตทางเกษตรได้ เพราะมีการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ และผล การศึกษาด้านปัจจัยที่ส่งเสริมให้การพัฒนาประสบความสำเร็จพบว่า ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่

กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ของภาครัฐ ที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นนั้น ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และปัจจัยภายในของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนา คือ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีเอกลักษณ์ทางท้องถิ่น เพราะเป็นพื้นที่สวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520 และการมีผู้นำที่เข้มแข็งมีความมุ่งมั่นในการพัฒนา และเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการคือดำรงตำแหน่งนายกอบต.นั้น สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น และผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นผู้มีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ พุฒคุยตอบคำถามนักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจ จนเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าผู้จำหน่ายสินค้านอกจากขายสินค้าแล้วยังเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

ในส่วนของการบริหารจัดการเพื่อบรรลุตามองค์ประกอบ 4 ด้านของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อันได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม กระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่าทำได้ดีในหลายด้าน โดยด้านที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม คือ การส่งเสริมให้มีการจัดทำแผนพัฒนาตลาดน้ำและการประเมินผลร่วมกันระหว่างองค์กรและผู้จำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างครบวงจรแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นด้านสิ่งแวดล้อม และเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

โสวัตรี ณ ถลางและคณะ (2547) ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อระบบนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบนิเวศ วิถีทำมาหากินและลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรสงคราม ศึกษารูปแบบกิจกรรมการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศึกษาปัญหาตลอดจนผลกระทบสืบเนื่องที่อาจเป็นอันตรายต่อวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่จากการพัฒนาการท่องเที่ยวและหรือเพื่อการวางแผนของประชาคมชุมชนท้องถิ่น โดยใช้กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามแห่งในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ชุมชนเขายี่สาร และบริเวณตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนแต่ละแห่งของพื้นที่ศึกษามีการปรับตัวเพื่อตอบรับกับกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการถ่ายทอด

จากอดีตยังคงปรากฏในระดับหนึ่งและถูกนำมาผสมผสานเข้ากับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน กระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกนำมาเป็นจุดยืนของการสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้แม้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวยังคงอาศัยฐานคิดเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน หากแต่ไม่ปรากฏวิธีคิดดังกล่าวที่เป็นรูปธรรมมากนัก การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าวัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนลักษณะวิถีคิดของชุมชนท้องถิ่นก็มีแนวโน้มเป็นแบบเมืองและตอบสนองต่อรสนิยมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยได้แก่ การคำนึงถึงชุมชนในเชิงการหน้าที่เพื่อให้ยังคงสภาพท้องถิ่นที่อยู่อาศัย แหล่งอาชีพและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พึงปรารถนา การสร้างความสมดุลระหว่างจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมกับผลประโยชน์เชิงรูปธรรม การสร้างความเข้าใจที่ตรงกันทุกฝ่ายเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติต่อคนรุ่นหลัง การสร้างเครือข่ายชุมชนด้านการท่องเที่ยว มีการประสานผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม การทดแทนทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง การสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่ไม่ทิ้งถิ่นไปทำงานที่อื่น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถทำให้เป็นกระแสความนิยมท้องถิ่นขึ้นอีกครั้ง (re-localization) โดยอาศัยการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนและแนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน ที่วางอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนมากำหนดยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนา

อภิภา ตรียศตานนท์ (2548) ศึกษาเรื่องแนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า แนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร จะต้องเกิดจากความร่วมมือระหว่าง ประชาชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำท้องถิ่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน ผลประโยชน์ ในขั้นตอนการค้นหาคำปัญหา การตัดสินใจ การดำเนินการ การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น โดยมุ่งพัฒนาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ในชุมชน มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการออกกฎข้อบังคับของท้องถิ่น ซึ่ง โครงการและกิจกรรมต้องมาจากความต้องการของชุมชน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องมุ่งเน้นการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรให้คงไว้ยาวนานที่สุด ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่ายและรัฐให้การสนับสนุน เน้นการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และมีการวิจัยติดตามประเมินผล ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทรพบว่า ยังมีความคิดเห็นไม่ตรงกันในเรื่องการเปิดปิดประตูน้ำ ประชาชนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมน้อย มีการย้ายเข้ามาของคนต่างถิ่นมากขึ้นทำให้ความผูกพันของคนในชุมชนน้อยลง จึงเป็นเหตุให้ขาด ความจริงใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ มีน้ำ

เน่าเสียในคลอง ประชาชนขาดจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด คลองมี สภาพคับแคบไม่สามารถขยายได้ รวมถึงขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากผู้เกี่ยวข้อง

**พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2548)** ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและศึกษารูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มคนที่ศึกษาต่อ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน คณะกรรมการบริหารประชาคมและสมาชิกประชาคม กลุ่มพันธมิตรของประชาคม กลุ่มชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดน้ำ และกลุ่มนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า พัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ คือ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชันในอดีต (ก่อน พ.ศ. 2530) 2) ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ.2530-2540) 3)ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคทัวร์คลอง (พ.ศ. 2540 – 2548) พัฒนาการดังกล่าวเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเกิดน้ำท่วมใหญ่ การตัดถนน การประกาศใช้พระราชบัญญัติการจราจรทางน้ำ แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของระดับประเทศและกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการผลักดันแนวคิดการมีส่วนร่วม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในช่วงที่ 3 นี้เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีการจัดตั้ง ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้น และขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมโดยมีกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัด กลุ่มเจ้าของสวน เป็นต้น การพัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ เมื่อมีกระแสตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงปี 2545 ตลาดน้ำตลิ่งชันได้นำเอาแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวทัวร์คลองที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

**ประดับ เรียงประยูร (2541)** ศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมในการศึกษาเศรษฐกิจชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำในช่วงระยะ 20 -30 ปีหลังมานี้ เป็นไปเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ตลาดน้ำตลิ่งชันเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2530 โดยพลตรีจำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้น มีโครงการจะพัฒนาตลาดน้ำแห่งใหม่ให้สมบูรณ์แบบ มีบรรยากาศและลักษณะชนบทแบบไทยๆ เพื่อที่จะลบล้างและข่าวที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศตำหนิตลาดน้ำวัดไทรว่าเป็นตลาดน้ำไม่แท้จริง และเพื่อเป็นการส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทยในขณะนั้น จึงได้ประยุกต์ให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง คือ พัฒนาจากตลาดบกให้เป็นตลาดน้ำ ปรับปรุงพื้นที่บริเวณถนนและสวนฉัตรมงคลหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันให้เป็นศูนย์ตลาดนัดเพื่อการเกษตร จัดให้มีการ

ประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัว พร้อมทั้งจัดให้มีนิทรรศการและการบรรยายทางวิชาการด้านการเกษตร ตลอดจนสำนักงานเขตตลิ่งชันได้จัดให้มีการขายเครื่องอุปโภคบริโภคและสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องที่เขตตลิ่งชันและเขตใกล้เคียงที่จะซื้อหาเป็นประจำ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อชมวิถีชีวิตสองฝั่งคลองและชื่นชมสวนกล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนบริเวณริมคลองซึกพระหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน จะจัดทำโป๊ะแพเทียบคลองซึกพระไปจนถึงทางรถไฟ เพื่อเป็นสถานีลงเรือท่องเที่ยวทางน้ำ และเป็นศูนย์อาหารทางน้ำ โดยผู้ค้าต้องใช้เรือเป็นร้านค้า

การศึกษาดังกล่าว ยืนยันถึงการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันตลาดน้ำที่ยังเหลืออยู่ล้วนเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทั้งสิ้น เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร และตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม

วรภรณ์ ศรีแก้ว (2548) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะ สภาพทรัพยากรท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจ เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด โดยผู้วิจัยแยกศึกษาเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว จะแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวในวันจันทร์ – วันศุกร์ และวันเสาร์ – วันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 60 คน และกลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติไคส์แควร์ (chi square test) จากการศึกษาความต้องการพบว่าความต้องการในการพักผ่อนหย่อนใจสำคัญมาก รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินสำคัญมาก และเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ค่อนข้างสำคัญ

นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากการศึกษาพบว่า คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยว มีการสร้างความเข้าใจและการปฏิบัติร่วมกันในข้อกำหนดกฎเกณฑ์ที่ได้วางไว้ เกิดจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนตนเอง มีการพัฒนาและการอนุรักษ์ควบคู่กันไป โดยให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย การท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วม ด้วยรูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วม ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวตั้งแต่ระยะแรก เพื่อการเปลี่ยนแปลงชุมชนที่ใช้อยู่อาศัยมาเป็นชุมชนที่ใช้ในการท่องเที่ยว จนกระทั่งถึงการกำหนดแผนการจัดการในเรื่องต่าง ๆ การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวใน

ชุมชน ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน พบว่าได้มีการตัดแปลงที่อยู่อาศัยให้เป็นร้านค้า ซึ่งผู้มีอาชีพค้าขายมักจะเป็นผู้ใหญ่วัยกลางคน ผู้สูงอายุ ส่วนคนรุ่นใหม่มีนิยมออกไปทำงานนอก เกาะกันมากขึ้น นอกจากนี้เกาะเกร็ดในปัจจุบันยังเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมด้วยผู้คนนิยมไปเที่ยวบน เกาะกันมาก ในวันธรรมดามีนักท่องเที่ยวน้อยกว่าวัน เสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวในวันธรรมดา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการคู่วิวทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนในวันเสาร์-อาทิตย์มีผู้คน ไปเที่ยวชมและไปซื้อหาข้าวของที่มียิ่ง เครื่องปั้นดินเผา อาหาร ของฝาก ของใช้ต่าง ๆ มากมาย

**คัดนางค์ วรวิษณุเกียรติ (2543)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว และเพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด จาก การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดครั้งนี้เป็นครั้งแรก โดย วัตถุประสงค์คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว ส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัวและ ญาติ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำขณะอยู่บนเกาะเกร็ด 3 อันดับแรก คือ เดินเที่ยว ซื้อของฝาก กลับบ้าน และรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดซ้ำอีก

**ญาณิ จิตต์กุลสัมพันธ์ (2544)** ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของธุรกิจการท่องเที่ยวต่อการ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จาก การศึกษาพบว่า ผลกระทบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งกับคนใน ชุมชนและกับคนในชุมชนถนนข้าวสาร เนื่องจากการที่ได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์กับนักท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น ภาษา และวัฒนธรรม เป็นต้น ส่วนรายได้และอาชีพจะ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชน คือ แต่เดิมคนในชุมชนจะประกอบอาชีพ ตามความถนัดของตนเพื่อยังชีพแต่ปัจจุบันมีการประกอบอาชีพเป็นธุรกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงที่ อยู่อาศัยให้กลายเป็นสถานที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น

**ทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ที่ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม การท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ภายในประเทศของคนที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าในด้านลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 -25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างบริษัทและร้านค้า รายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า โดยมี วัตถุประสงค์คือท่องเที่ยว พักผ่อน ผู้ที่ร่วมเดินทางเป็นครอบครัวและญาติ เดินทางเองโดยใช้ พาหนะส่วนตัว สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่

จะไปคือครอบครัวและญาติ ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกเล่าปากต่อปาก กิจกรรมที่มักทำคือการชมทิวทัศน์ นั่งเล่น ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการเดินทางคือเรื่องเส้นทาง

**เสาวณิต ตั้งตระกูล (2533)** ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณ ชายหาดหัวหิน การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจได้แก่ ความร่มรื่นบริเวณชายหาด ทางลงสู่ชายหาด อุปสรรคของโขดหิน ต่อกิจกรรมการพักผ่อน ปริมาณถังขยะ การตั้งร้านอาหารบนชายหาด จำนวนแผ่นป้ายสื่อความหมาย การเลือกที่ตั้งแผ่นป้ายและการปลูกสร้างเพิ่มขึ้น

**สุรีพร ภัทรพรนันท์ (อ้างในภานุพงศ์ ภัทรเชาว์, 2549)** ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติในจังหวัดกาญจนบุรี จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงบวกหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับปานกลางถึงสูง โดยที่ทัศนคติต่อการให้สิ่งแวดล้อมศึกษาในทิศทางบวกสูงสุด

**ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมชม จากการศึกษาพบว่า ผู้มาเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 5,000-9,999 บาทต่อเดือน เพื่อนเป็นผู้แนะนำมาเที่ยว ทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายครั้งละ 500-900 โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญที่สุด

**สันทัต เสริมศรี และคณะ (อ้างในนริศรา นงนุช, 2544)** ศึกษาเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า อิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมแบ่งได้เป็น 3 ระดับ อิทธิพลการท่องเที่ยวที่มีผลโดยตรงต่อสังคมและวัฒนธรรมในด้านการสร้างงาน การสร้างอาชีพ รายได้ และราคาสินค้าและการเปลี่ยนแปลงทางประเพณี อิทธิพลการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในฐานะเป็นปัจจัยร่วมกับอิทธิพลอื่น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือ ความสัมพันธ์ทางสังคม มลภาวะการย้ายถิ่น โสเภณี อาชญากรรม และการใช้ภาษาพื้นเมือง กิจกรรมทางศาสนา การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ดนตรี และค่านิยม ซึ่งยังวัดได้อีกว่าอิทธิพลการท่องเที่ยวที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น เช่น การมีโสเภณี ค่านิยม การใช้ภาษา