

**พฤติกรรมการเดินทางและทัศนคติของประชาชนต่อศาสนสถาน
และแหล่งประวัติศาสตร์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี**
**Travel Behavior and Attitudes of Local Population regarding
Religious and Historical Places
in the Ubon Ratchathani Municipal Area**

ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์¹, นรา หัตถสิน² และ สิทธา เจนศิริศักดิ์³

¹คณะบริหารศาสตร์ สาขาการบัญชี, ²สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และ

³คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการของประชาชนต่อศาสนสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์ เพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี โดยใช้การวิจัยแบบสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 600 คน ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2549 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีนั้นเป็นไปเพื่อซื้อของ ทำงาน ติดต่อดูธุรกิจ พักผ่อนหย่อนใจ และไหว้พระ โดยเข้ามาประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถจักรยานยนต์ สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับเขตเมืองเก่า นั้น กลุ่มตัวอย่างรู้จักศาสนสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่า แต่สถานที่ที่รู้จัก เคยไปและพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ทุกศรีเมือง โดยไปประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนเหตุผลที่ไม่อยากเข้ามาในเขตเมืองเก่า เพราะปัญหาเรื่องการจราจรติดขัด มลพิษทางอากาศและเสียง การขาดที่จอดรถ และการขาดเส้นทางสำหรับจักรยาน ส่วนภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่า ในปัจจุบันและอนาคตนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากหรือมากที่สุดในเรื่องการเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนสถาน และต้องการให้พัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ทั้งในเขตศาสนสถานและเขตเมืองเก่า ให้เป็นที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ โดยในเขตศาสนสถานนั้นต้องการให้มีความร่มรื่นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดและป้ายข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อการเรียนรู้สำหรับผู้มาเยี่ยมชม ส่วนในเขตเมืองเก่า นั้นต้องการให้ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์เพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สุขา ถึงขยะ แก้วน้ำ เป็นต้น

คำสำคัญ : ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทางทัศนคติ อุบลราชธานี

Abstract

The purpose of this research was to study the attitudes of residents toward guidelines on the conservation of religious and historical places for tourism in the Ubon Ratchathani municipal area. Data were collected by surveys from 600 Ubon Ratchathani residents in May 2006. Results showed that the residents went to the city area once a week by personal cars or motorbikes for purchasing goods/services, work, business, leisure, and worship. The religious and historical places were recognized but Thung Sri Muang was the place residents knew, used, were most satisfied with, and went to about 1-2 times a week. However, residents did not want to go to the city because of traffic congestion, air and noise pollution, and the scarcity of parking areas and bike lanes. Regarding the present and future images of the city, residents agreed with the city's image as a historical, archaeological, and religious place. Also, the physical and landscape development of the town needed to have leisure and relaxation areas. This was particularly the case at the temples, where the grounds, facilities, and information for visitors should be developed, and the public areas along the Mun River, where an increasing number of facilities, such as toilets, garbage bins, and seating were required.

Keywords: religious places, historical places, travel behavior, attitudes,
Ubon Ratchathani

1. บทนำ

โบราณสถาน เช่น วัดวาอาราม สถูปเจดีย์ และ ประติมากรรมพระพุทธรูปในประเทศไทย ล้วนชำรุดทรุดโทรมไปตามกาลเวลา ตามความเสื่อมของอารยธรรมและสังคม ทำให้เลือนหายไปจากความทรงจำ หรือถูกเปลี่ยนวัตถุประสงค์ใช้สอย ซึ่งส่งผลให้มรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ด้อยค่า หรือสูญหายไป ในขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมถือเป็นทางเลือกหนึ่ง ทั้งนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือว่าเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มั่งคั่งด้วยศิลปวัฒนธรรม โบราณ

สถาน หรือแม้กระทั่งสิ่งปลูกสร้างอื่น ที่ยังพอคงสภาพให้เห็นค่าความเจริญรุ่งเรืองในอดีตเป็นจำนวนมาก นโยบายในการพัฒนาประเทศย่อมมุ่งที่จะเสริมสร้างศักยภาพและความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครองในชุมชนระดับท้องถิ่น ดังนั้นการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูโบราณสถานและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมจึงถือเป็นบริบทเดียวกันถึงแม้ว่าโบราณสถานจะเป็นสมบัติของชาติ แต่ผู้ที่ได้ประโยชน์มากที่สุดคือสมาชิกในชุมชนซึ่งอยู่ในฐานะเจ้าของสถานที่ จึงเสมือนมีภาระหน้าที่ที่ต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบและร่วมมือร่วมใจกันทำนุบำรุงรักษาเพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของอันจะนำไปสู่การปลุกจิตสำนึกหวงแหนโบราณสถานของชาติต่อไป

จากสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ตามที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2 ได้สรุปไว้ว่า จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้นตามลำดับ โดยในปี 2544 จำนวน 1,026,217 คน, ปี 2545, จำนวน 1,103,880 คน ปี 2546 จำนวน 1,056,156 คน, ปี 2547 จำนวน 1,166,203 คน, ปี 2548 จำนวน 1,288,462 คน คน ปี 2549 จำนวน 1,367,311 คน, และปี 2550 จำนวน 1,507,946 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2, 2551) ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี จังหวัดอุบลราชธานีจึงมีศักยภาพที่สามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอุษาคเนย์ได้ เพราะนอกจากจะเป็นประตูเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดและประเทศอินโดจีน (ลาวและกัมพูชา) แล้ว ยังมีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เช่น สนามบิน โรงแรม และร้านอาหาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในทัศนะของบริษัทที่เห็นว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ผาแต้ม และประเพณีพื้นบ้านต่าง ๆ ที่น่าสนใจโดยเฉพาะประเพณีงานแห่เทียนพรรษา แต่กลับพบว่าอัตราการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นเฉลี่ยเพียง 3 คืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณเกือบร้อยละ 70 เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่แวะพักค้างคืน โดยเดินทางผ่านเพื่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านของไทยในอินโดจีน อย่างไรก็ตาม หากจังหวัดอุบลราชธานีมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ซึ่งมีโบราณสถานและศาสนสถานจำนวนมากที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานแล้วย่อมเป็นที่คาดหวังได้ว่าจะสามารถขยายเวลาให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนในจังหวัดอุบลราชธานีได้มากขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชน ทั้งยังเป็นการทำนุบำรุงและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในเป้าหมายของแผน

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดที่มุ่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการและเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด นอกจากนี้การฟื้นฟูบูรณะโบราณสถานและศาสนสถานเพื่อการท่องเที่ยวยังสอดคล้องกับการพัฒนาให้เทศบาลนครอุบลราชธานีถูกนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทัศนียภาพสวยงาม มีความน่าอยู่ และสิ่งแวดล้อมสะอาดปราศจากมลพิษ

ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี มีโบราณสถานและศาสนสถานเช่น วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดทุ่งศรีเมือง วัดสุปฏิหารามวรวิหาร ฯลฯ ซึ่งศาสนสถานเก่าแก่เหล่านี้ ยังไม่ได้รับการบูรณะเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือพักผ่อนหย่อนใจอย่างจริงจัง เรื่องราวและประวัติศาสตร์ความเป็นมาของ “เมืองอุบล” ยังไม่ได้มีการเผยแพร่อย่างเป็นรูปแบบสู่ชุมชนและนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากมีการดำเนินการอนุรักษ์และบูรณะศาสนสถานอย่างต่อเนื่องทั้งเมืองให้มีความสมบูรณ์ดังในอดีตและสามารถสื่อความหมายบอกเล่าเรื่องราวในอดีตสู่สาธารณะได้ พร้อม ๆ กับการพัฒนาในเชิงอนุรักษ์พื้นที่ในเขต “เมืองเก่า” เพื่อสร้างความรู้สึกสะดวกสบายแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และความเป็นอยู่ของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของประชาชนและนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความสอดคล้องกับการศึกษาทัศนคติและความต้องการของชุมชนควบคู่กันอีกด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์ศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการของประชาชนต่อแนวทางการอนุรักษ์ศาสนสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์ (รูปที่ 1) เพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ทั้งนี้เพื่อสะท้อนความต้องการของประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ การศึกษามีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1 เพื่อสำรวจพฤติกรรมในการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี
- 2 เพื่อสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี
- 3 เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน
- 4 เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในความต้องการของประชาชน
- 5 เพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี ในด้านกายภาพและภูมิทัศน์

ชาวต่างประเทศให้เข้ามาเยี่ยมชม อันจะส่งผลถึงรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน และยังเป็นการปลูกจิตสำนึกของชุมชนให้มีความรู้สึกหวงแหนวัฒนธรรมและมรดกของชาติ (สาระ มีผลกิจ, 2547) จึงสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยกระตุ้นให้คนท้องถิ่นเกิดความสามัคคีในการช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่าของท้องถิ่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวปัจจุบันต้องการได้สัมผัสวัฒนธรรมที่มีความเป็น “ของแท้” มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นรักษาศิลปวัฒนธรรมของตน วัฒนธรรมที่ถูกทิ้งหรือขาดผู้สืบทอดก็อาจถูกรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้ทราบถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น อันจะส่งผลให้สมาชิกในชุมชนเกิดความรักและภาคภูมิใจในท้องถิ่นและช่วยกันสืบสานวัฒนธรรมนั้นต่อไป

2.1 พฤติกรรมการเดินทาง

สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์ (2553) กล่าวว่าพฤติกรรมและการตัดสินใจของมนุษย์ไม่ไปตามหลักเหตุและผลเสมอไป และมักเบี่ยงเบนไปจากเดิมที่เคยตั้งใจไว้ก่อนหน้านี้ที่จะแสดงพฤติกรรมจริง ซึ่งโดยมากแล้วการแสดงพฤติกรรมมักสะท้อนมาจากความต้องการที่เกิดขึ้นในขณะ นั้น นอกจากนี้ในกรณีที่ต้องตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีองค์ประกอบของปัจจัยต่างๆ ซับซ้อน มนุษย์มักหลีกเลี่ยงการพิจารณาสิ่งที่ยากและซับซ้อนนั้น และเลือกที่จะตัดสินใจหรือแสดงพฤติกรรมในรูปแบบที่ง่ายตามความเคยชินที่เคยประพฤติมาและเกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของผู้เดินทางโดยพิจารณาเฉพาะปัจจัยการเดินทาง เช่น เวลาในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ฯลฯ จึงไม่เพียงพอสำหรับประกอบการตัดสินใจการเดินทางของมนุษย์ได้ และสุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์ ก็ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยอื่นที่น่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของมนุษย์ก็คือทัศนคติและความเคยชินนั่นเอง

ส่วนการศึกษารูปแบบการเดินทางของประชาชนนั้น พบว่า หลายประเทศในปัจจุบันนี้ได้ใช้นโยบายเกี่ยวกับการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะ การใช้รถจักรยาน หรือการเดินทางเท้าแทนการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ทำให้การพัฒนาระบบการเดินทางในเขตเมืองจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ถูกนำมาใช้เพื่อลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการเดินทางก็ยังไม่เป็นที่เข้าใจอย่างถ่องแท้นัก (Frans M. Dieleman et al, 2002)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นเรื่องของความชอบ ไม่ชอบ ความลำเอียง ความคิดเห็น ความรู้สึกเชื่อฝังใจของเราต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มักจะเกิดขึ้นเมื่อเรารับรู้หรือประเมินผู้คน เหตุการณ์ในสังคมเราจะเกิดอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างควบคู่กันไปกับการรับรู้ นั่น ซึ่งมีผลต่อความคิดและปฏิกิริยาในใจของเรา ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นทั้งพฤติกรรมภายนอกที่อาจสังเกตได้ หรือพฤติกรรมภายในที่ไม่อาจสังเกตเห็นได้โดยง่าย แต่มีความโน้มเอียงที่จะเป็นพฤติกรรมภายในมากกว่าภายนอก ดังนั้นทัศนคติ (Attitudes) จึงเป็นการประเมินหรือการตัดสินเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบในวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นความรู้สึกและความเชื่อของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมที่ได้ประสบมาจากภูมิหลัง บางคนอาจมีทัศนคติในเชิงบวก (Positive Affectivity) บางคนก็มีทัศนคติในเชิงลบ (Negative Affectivity) Thurstone อธิบายว่า ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถบอกความรู้สึกของการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2539)

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคล Allport เสนอความเห็น ว่า ทัศนคติเป็นความพร้อมทางจิตใจ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะ เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติจึงก่อรูปได้ดังนี้ (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2539)

1. เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีในสังคม
2. การสร้างความรู้สึก เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง
3. ประสบการณ์ที่ได้รับจากเดิมมีทั้งดีและไม่ดี รุนแรงหรือไม่รุนแรง จะส่งผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใหม่ที่คล้ายคลึงกัน เช่น เคยขึ้นรถเมล์แล้วประสบอุบัติเหตุ ก็จะไม่ขึ้นรถเมล์สายนั้น

4. การเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็นของตน เช่น ทัศนคติของพ่อแม่ถึงลูก

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ด้าน (วัฒนา ศรีสัตย์วาจา, 2535) คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive or Perceptual Component) หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ ความคิดรวบยอดหรือการรับรู้ ทั้งนี้องค์ประกอบด้านนี้เป็นเรื่องของความรู้ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้น ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความและรวมความเชื่อหรือช่วยในการประเมินสิ่งเร้านั้น ๆ

2. องค์ประกอบด้านความชอบหรือความรู้สึก (The Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากองค์ประกอบแรก ซึ่งเป็นการที่บุคคลประเมินสิ่งเร้าแล้วว่า พอใจหรือไม่พอใจ ต้องการหรือไม่ต้องการ ดีหรือเลว องค์ประกอบทั้งสองด้านนี้มีความสัมพันธ์กัน ทศนคติบางอย่างจะประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจมาก แต่ประกอบด้วยความรู้สึกทางอารมณ์น้อย แต่ทศนคติบางอย่างมีลักษณะตรงกันข้าม ตัวอย่างเช่น ทศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษมีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจสูง แต่มีองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ต่ำ ส่วนทศนคติทางนิยมแฟชั่นเสื้อผ้าจะมีองค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจต่ำ เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (The Behavior Component) เป็นความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะมีการกระทำประพฤติดิปฏิบัติหรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าหนึ่งในทิศทางใดทิศทางหนึ่งที่สนับสนุนหรือคัดค้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อ หรือความรู้สึกที่ได้จากการประเมินผลพฤติกรรมที่คิดจะแสดงออกมา จะสอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่ เช่น คนที่มีทศนคติที่ไม่ดีต่อศาสนาจะไม่สนใจเข้าวัดฟังธรรมหรือผู้ที่มิชอบทศนคติต่อการเรียนดีก็จะมานะพยายามที่จะเรียนให้ดีและเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นไป

ทศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งใดหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด จะต้องประกอบด้วยสามองค์ประกอบนี้เสมอ แต่จะมีปริมาณมากหรือน้อยแตกต่างกันไป โดยปกติ บุคคลจะแสดงพฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับทศนคติที่มีอยู่ แต่ก็ไม่เสมอไปทุกกรณี ในบางครั้งเรามีทศนคติอย่างหนึ่ง แต่ก็ไม่ได้แสดงพฤติกรรมตามทศนคติที่มีอยู่ เช่น ทศนคติที่ไม่ดีต่อเพื่อนบางคนจนอยากจะเกล้ง แต่ก็ทำไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่จะถูกตำหนิได้ ดังนั้นการที่เราจะได้ทราบถึงความคิดความรู้สึก ความเชื่อหรือทศนคติของบุคคลจึงไม่ใช่สิ่งที่แน่นอนและอาจจะไม่ถูกต้องเสมอไป

ทศนคติมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ทศนคติเกิดจากประสบการณ์ สิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัว บุคคล การอบรมเลี้ยงดู การเรียนรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดทศนคติแม้ว่าประสบการณ์ที่เหมือนกันก็จะมีทศนคติที่แตกต่างกันได้ ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สติปัญญา อายุ เป็นต้น

2. ทศนคติเป็นการเตรียมหรือความพร้อม เป็นการเตรียมความพร้อมภายในจิตใจมากกว่าภายนอกที่จะสังเกตได้ สภาวะความพร้อมที่จะตอบสนองมีลักษณะที่ซับซ้อนของบุคคลที่ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับ และจะเกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ด้วย เป็นสิ่งที่อธิบายไม่ค่อยจะได้และไม่มีเหตุผล

3. ทศนคติมีทิศทางของการประเมิน ทิศทางของการประเมินคือลักษณะของความรู้สึกหรือประเมินว่า ชอบ พอใจ เห็นด้วยก็คือเป็นทิศทางที่ดี เรียกว่าเป็นทิศทางในทางบวกและถ้าการประเมินออกมาไม่ดี เช่น ไม่ชอบไม่พอใจ ก็มีทิศทางในทางลบ ทศนคติทางลบไม่ได้หมายความว่า ไม่ควรมีทศนคตินั้น แต่เป็นเพียงความรู้สึกในทางไม่ดี เช่น ทศนคติในทางลบต่อการคดโกง ต่อการเล่นการพนัน การมีทศนคติในทางบวกก็ไม่ได้หมายถึงทศนคติที่ดีและพึงปรารถนา เช่น ทศนคติทางบวกต่อการโกหก การสูบบุหรี่ เป็นต้น

4. ทศนคติมีความเข้ม คือ มีปริมาณมากน้อยของความรู้สึก ถ้าชอบมากหรือไม่เห็นด้วยอย่างมากก็แสดงว่ามีความเข้มสูง ถ้าไม่ชอบเลยหรือเกลียดที่สุดก็แสดงว่ามีความเข้มสูงไปอีกทางหนึ่ง

5. ทศนคติมีความคงทน ทศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลยึดมั่นหรือถือมั่นและมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของคน ๆ นั้น การยึดมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงทศนคติเกิดขึ้นได้ยาก

6. ทศนคติมีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน เป็นสภาวะทางจิตใจ ซึ่งหากไม่ได้แสดงออกก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าบุคคลนั้นมีทศนคติอย่างไรต่อเรื่องนั้น ทศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายนอกจะแสดงออกเนื่องจากถูกกระตุ้นและการกระตุ้นนี้ยังมีสาเหตุอื่น ๆ รวมอยู่ด้วย เช่น บุคคลแสดงความไม่ชอบด้วยการดูคำคนอื่น นอกจากไม่ชอบคนนั้นแล้วอาจเป็นเพราะถูกทำทายนก่อน

7. ทศนคติจะต้องมีสิ่งเร้าจึงจะมีการตอบสนองขึ้น แต่ก็ไม่จำเป็นว่าทศนคติที่แสดงจากภายในและพฤติกรรมภายนอกจะตรงกัน เพราะก่อนแสดงออก บุคคลนั้นปรับปรุงให้เหมาะกับปทัสถานของสังคม แล้วจึงแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก

2.3 สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น สามารถจำแนกประเภทโดยแบ่งตามลักษณะเด่นของความน่าสนใจ และกิจกรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ 7 ประเภท (แสงไทย นราราชภรต์, 2534) ดังนี้

1. ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ หอพระไตรปิฎกซึ่งเป็นอาคารไม้แบบโบราณ หอพระพุทธรูปที่ประดิษฐานพระพุทธรูปจำลองและภาพจิตรกรรมฝาผนัง ตั้งอยู่ที่วัดบูรพา
2. ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัดสุปฏิหารามวรวิหาร วัดมหาวนาราม และศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เป็นต้น
3. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สวนสาธารณะริมแม่น้ำมูล

4. ประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติและห้องสมุดประชาชน

5. ประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ในเทศบาลนครอุบลราชธานี ตลาดได้รุ่ง

6. ประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมขนาดเล็กทำเครื่องจักสานและทอผ้า เป็นต้น

7. ประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสาธารณะทุ่งศรีเมือง ตลาดนัด และลานสโหล เป็นสถานที่ท่องเที่ยวข้างต้นถือเป็น "แหล่งท่องเที่ยวถาวร" คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอตลอดปี ซึ่งในวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันเทศกาลต่าง ๆ จะเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่วนอีกประเภทหนึ่งเป็นแหล่ง "ท่องเที่ยวชั่วคราว" เพราะเกิดขึ้นในช่วงเวลาสั้นๆ คือ วันประกอบศาสนพิธี การประกวด การแสดง เช่น เทศกาลแห่เทียน เทศกาลปีไหม การไหว้พระแก้ววัดเพื่อความเป็นสิริมงคล และศูนย์จัดแสดงสินค้า OTOP เป็นต้น การศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมทางการเดินทางและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานซึ่งได้แก่ วัดต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ภายในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันวัดมีบทบาทเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่เคยเป็นสถานศึกษาให้การอบรมสั่งสอนจริยธรรมและเป็นแหล่งที่พึ่งทางจิตวิญญาณสำหรับประชาชน (เนาวรักษ์ แสนสุพรรณ, 2545) กลายมาเป็นแหล่งมรดกทางศิลปวัฒนธรรมเพราะ ความเจริญทางสังคมได้ก้าวเข้าใกล้กับวัดมากขึ้น ทำให้วัดในความหมายเดิมหาได้ยาก การเป็นแหล่งมรดกศิลปวัฒนธรรมจึงสอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนไป นั่นคือ การทำวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นอีกบทบาทหนึ่งของวัดในสังคมปัจจุบัน (วิชาญ เลี้ยวเส็ง, 2544) ดังนั้นวัดจึงควรได้รับการพัฒนาทั้งด้านกายภาพและภูมิทัศน์ นอกจากนี้การวางแผนการจัดการกับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ บริเวณพื้นที่เขต "เมืองเก่าอุบล" ที่ส่งผลกระทบต่อนแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ควรทำ

2.4 ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว

Leiper (1995: 87) อธิบายว่า สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ที่คนเดินทางไปและพักอยู่ชั่วคราวเพื่อชื่นชมกับคุณลักษณะของสถานที่นั้น ๆ แต่เดิมนั้นสถานที่ท่องเที่ยวมักจะหมายถึงถึงสถานที่ที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่งดงาม (Hall, 2000; Davidson & Maitland, 1997) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนั้น Buhalis (2000) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นจากจินตนาการของนักท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวมองว่าสถานที่ท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่รวมทุกอย่างตามที่

นักท่องเที่ยวอยากจะชื่นชมและมีประสบการณ์ร่วมตามจินตนาการที่พวกเขาสร้างขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบของตรรกะหรือซึ่งประกอบด้วยการให้บริการจากรูกรักท่องเที่ยวต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นได้โดยการเริ่มต้นจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากเดินทางไปเพื่อหาประสบการณ์ซึ่งเกิดจากความอยากรู้อยากเห็น ก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวจะจินตนาการและคาดหวังเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ไว้ในใจบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือ การบอกต่อ หรือ ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือ การโฆษณา หรือ ความเชื่อทั่ว ๆ ไป ดังนั้นการจะวัดว่าสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความงดงามน่าดึงดูดใจเพียงใดนั้นจึงต้องวัดจากการรับรู้หรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่นั้น ๆ นั่นเอง

2.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวอาจมีพฤติกรรมต่าง ๆ ได้แก่ นั่งรถหรือเดินชมเมืองไปตามเส้นทางสำคัญของเมือง เข้าชมสถานที่สำคัญและน่าสนใจ เช่น บ้านของบุคคลสำคัญในอดีต พิพิธภัณฑ์ สถานที่ผลิตสินค้าพื้นเมือง ขึ้นหอสูงเพื่อชมเมือง ชมการเล่นพื้นเมืองหรือขบวนในงานเทศกาล จิบจ่ายซื้อของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อย่างไรก็ตาม แสงไทย นราราชภรต์ (2534) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศนั้นมีความแตกต่างกันคือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศมักมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวและมักสนใจใคร่รู้ในเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมที่พบเห็นใหม่ รวมถึงสนใจซื้อของที่ระลึกมากกว่านักท่องเที่ยวไทย และที่สำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศมักจะกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทั้งยังคาดหวังในเรื่องความสะอาด ความสะดวกสบาย และความมีเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวไทยด้วย ส่วนอุปสรรคในการท่องเที่ยวนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวมักประสบปัญหาต่าง ๆ คือ การขาดป้ายบอกทิศทาง การขาดความสะดวกสบายในแหล่งท่องเที่ยว เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย ความไม่สะดวกในการเข้าถึง และความแออัดหรือขาดการระบายอากาศที่ดี

2.6 ผลกระทบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีผลกระทบในเชิงบวกต่อด้านเศรษฐกิจ เช่น มีการจ้างงานเกิดขึ้นมากมาย มีการกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในชนบท (ประชุม สุวัฑดี, 2535) ขณะที่ผลกระทบเชิงลบเช่น มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจาก

การเกษตรไปสู่ด้านพาณิชยกรรมมากขึ้น สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น (นิธิตา ประยงค์, 2530) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมคือ มีการย้ายถิ่นเข้าไปอาศัยอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นส่งผลให้มีการก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ อันเป็นการทำลายทัศนียภาพที่เคยงดงามมาก่อน (มณฑล จันท์แจ่มใส , 2541) อีกทั้งศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่เคยมีเอกลักษณ์เป็นของชุมชนเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น (วินัย ผู้นำพล , 2529) ส่วนผลการวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นพบว่า การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนมีค่านิยมที่ทันสมัย บริโภคนิยมสิ่งอำนวยความสะดวก และคนในท้องถิ่นมีประสบการณ์รับรู้สิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น มีการแต่งกายพื้นเมือง และใช้ภาษาท้องถิ่นน้อยลง นอกจากนี้ยังพบว่า การท่องเที่ยวนำมาซึ่งมลภาวะทางเสียงและอากาศมากขึ้น

3. วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ได้สำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลอุบลราชธานี ช่วงเดือนพฤษภาคม 2549 จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 84,077 คน เลือกตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95% และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

1 กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขต “เมืองเก่า” จำนวน 200 ชุด

2 กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขต “เมืองเก่า” จำนวน 400 ชุด ทั้งนี้ การสำรวจได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขต “เมืองเก่า” เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขต “เมืองเก่า” ไม่เกิน 1 กิโลเมตร จำนวน 200 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขต “เมืองเก่า” เกิน 1 กิโลเมตร จำนวน 200 ตัวอย่างแบบสอบถามประกอบด้วย 6 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ครัวเรือน ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการอาศัย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี (เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขต “เมืองเก่า” เท่านั้น) ได้แก่ ความถี่และวัตถุประสงค์ในการเข้าไปในเขตเมืองเก่า รูปแบบการเดินทาง และเหตุผลที่อาจทำให้ไม่ยอมมาในเขตเมืองเก่าอีก

ส่วนที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี ได้แก่ ความรู้จักและความพอใจกับสถานสถานแหล่งประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่า และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่า

ส่วนที่ 4 ทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน

ส่วนที่ 5 ทศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในความต้องการของประชาชน

ส่วนที่ 6 ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี ทั้งในด้านกายภาพและภูมิทัศน์

3.1 ข้อมูลลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง 600 ตัวอย่าง แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งแสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ลักษณะกลุ่มประชากร ตัวอย่าง	กลุ่มที่อาศัย ในเขตเมืองเก่า	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร
	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200
เพศ			
ชาย	40.0	49.5	48.5
หญิง	60.0	50.5	51.5
อายุ			
ต่ำกว่า 18 ปี	5.5	18.5	6.0
18 – 25 ปี	26.0	27.5	46.0
26 – 40 ปี	39.5	36.0	29.0
41 – 50 ปี	19.0	10.5	12.0
51 – 60 ปี	7.0	4.0	7.0
มากกว่า 60 ปี	3.0	3.5	0.0
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	64.0	58.0	43.0
ปริญญาตรี	33.0	35.0	50.5
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	3.0	7.0	6.5

ตารางที่ 1 (ต่อ) ลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ลักษณะกลุ่มประชากร ตัวอย่าง	กลุ่มที่อาศัย ในเขตเมืองเก่า	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร
	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200
อาชีพ			
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7.0	25.0	19.0
แม่บ้าน	14.5	8.0	7.5
กำลังศึกษา	12.5	30.0	16.5
พนักงานลูกจ้างบริษัท เอกชน	34.5	16.0	41.0
ประกอบกิจการ			
- ของที่ระลึก สินค้า พื้นเมือง	1.5	3.0	2.5
- อาหาร	10.5	8.0	5.5
- สินค้าอุปโภคบริโภค	7.5	6.0	5.0
- อื่น ๆ	12.0	4.0	3.0
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย ต่อเดือน			
ต่ำกว่า 10,000 บาท	42.5	40.0	43.0
10,000 - 19,999 บาท	23.0	26.0	22.0
20,000 – 29,999 บาท	9.5	19.5	11.5
30,000 – 39,999 บาท	9.5	8.0	10.5
40,000 – 49,999 บาท	9.5	3.5	9.5
50,000 บาทขึ้นไป	6.0	3.0	3.5
ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน เมืองเก่า*			

ตารางที่ 1 (ต่อ) ลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ลักษณะกลุ่มประชากร ตัวอย่าง	กลุ่มที่อาศัย ในเขตเมืองเก่า	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	กลุ่มที่อาศัยนอก เขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร
	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200	(ร้อยละ) N=200
1 – 5 ปี	13.0	-	-
6 – 10 ปี	11.5	-	-
11 – 15 ปี	11.0	-	-
16 – 20 ปี	12.5	-	-
20 ปีขึ้นไป	52.0	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ * “ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชนเมืองเก่า”ไม่ได้กำหนดไว้ในแบบสำรวจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า

ข้อมูลลักษณะของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเท่า ๆ กัน (กลุ่มละ 200 ตัวอย่าง) คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเก่า นอกเขตเมืองเก่าไม่เกิน 1 กิโลเมตร และนอกเขตเมืองเก่าเกิน 1 กิโลเมตร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่าไม่เกิน 1 กิโลเมตร และนอกเขตเมืองเก่าเกิน 1 กิโลเมตรนั้นโดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนเท่ากัน ทั้งยังมีอายุระหว่าง 18-25 ปี มากที่สุด ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตเมืองเก่าที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุระหว่าง 26-40 ปี ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า 1 กิโลเมตรมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอีก 2 กลุ่มนั้นมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ถึงแม้ว่าทั้ง 3 กลุ่มจะมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ต่อเดือนเหมือนกัน แต่การประกอบอาชีพแตกต่างกันคือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่าไม่เกิน 1 กิโลเมตรนั้นประกอบอาชีพรับราชการ และรัฐวิสาหกิจ ขณะที่อีก 2 กลุ่มตัวอย่งนั้นประกอบอาชีพเหมือนกันคือ เป็นพนักงานลูกจ้างบริษัทเอกชน ทั้งนี้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเก่าจำนวน 52 % อาศัยอยู่ในชุมชนเมืองเก่าเป็นระยะเวลากว่า 20 ปีขึ้นไป

4. ผลของการศึกษา

4.1 ผลการสำรวจพฤติกรรมการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

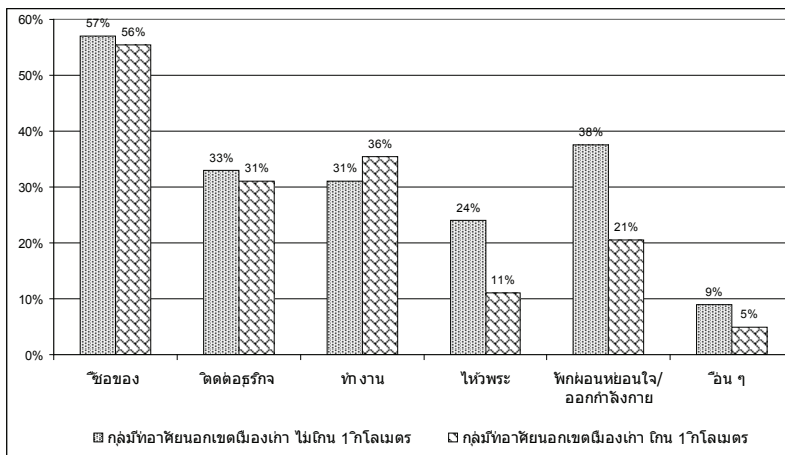
การสำรวจนี้ได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีเท่านั้น ซึ่งประเด็นที่ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมการเข้าไปในเขตเมืองเก่า ได้แก่ ความถี่ วัตถุประสงค์ ในการเข้าไป รูปแบบการเดินทาง และเหตุผลที่อาจทำให้ไม่อยากเข้าไปในเขตเมืองเก่าอีก (ตารางที่ 2) ผลจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเข้าไปในเขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 ครั้ง/สัปดาห์ถึงร้อยละ 30 รองลงมาได้เข้าไปในเขตเมืองเก่า 3-5 ครั้ง/สัปดาห์

ตารางที่ 2 ความถี่ในการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

ความถี่ในการเข้าไปในเขตเมืองเก่า อุบลราชธานี	กลุ่มที่อาศัยนอกเขต เมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร (ร้อยละ)	กลุ่มที่อาศัยนอกเขต เมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร (ร้อยละ)
1-4 ครั้ง/เดือน (หรือ ไม่เกิน 1 ครั้ง/สัปดาห์)	30.5	34.0
5-8 ครั้ง/เดือน (หรือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์)	12.0	13.0
9-12 ครั้ง/เดือน (หรือ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์)	13.0	10.5
13-20 ครั้ง/เดือน (หรือ 3-5 ครั้ง/สัปดาห์)	23.5	22.5
21-28 ครั้ง/เดือน (หรือ 5-7 ครั้ง/สัปดาห์)	13.5	17.0
มากกว่า 28 ครั้ง/เดือน (หรือ มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์)	7.5	2.0

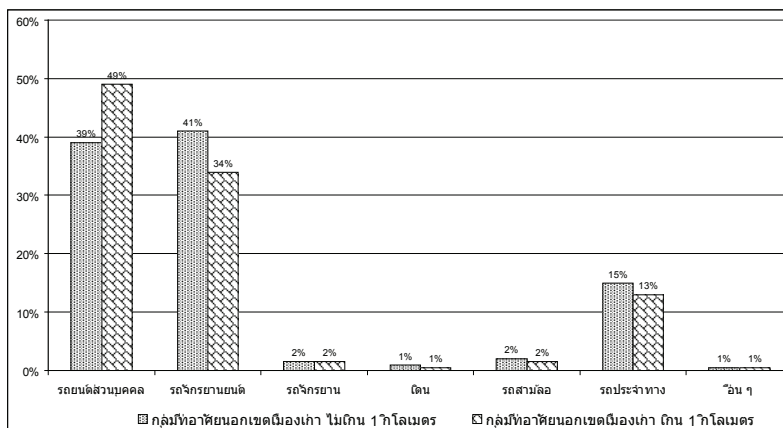
สำหรับวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปในเขตเมืองเก่า (รูปที่ 2) ส่วนใหญ่เพื่อซื้อของรองลงมา คือ การเดินทางเพื่อเข้ามาทำงานและติดต่อธุรกิจ นอกจากนี้ก็ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร จะเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ หรือออกกำลังกายและไหว้พระมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร อย่างชัดเจน

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2555



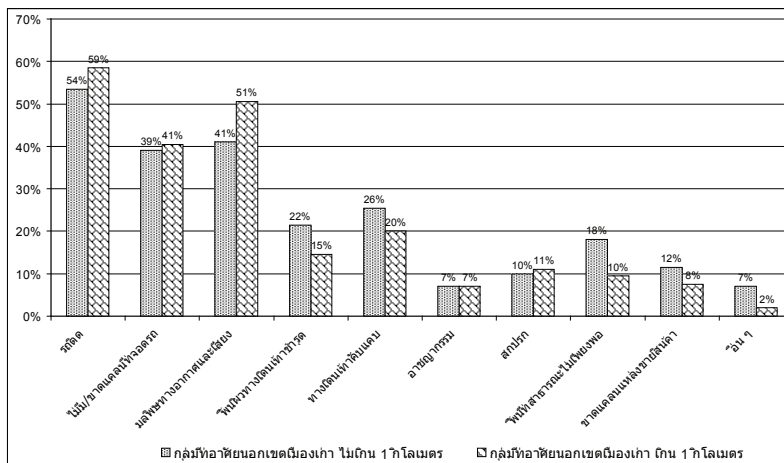
รูปที่ 2 วัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

สำหรับการเดินทางเข้าไปในเขตเมืองเก่า (รูปที่ 3) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ (รวมกันประมาณร้อยละ 80) รองลงมาเป็นการเดินทางโดยรถประจำทาง และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เดินทางโดยการเดินเท้า รถจักรยาน หรือ รถม้าล้อ



รูปที่ 3 รูปแบบการเดินทางที่เข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

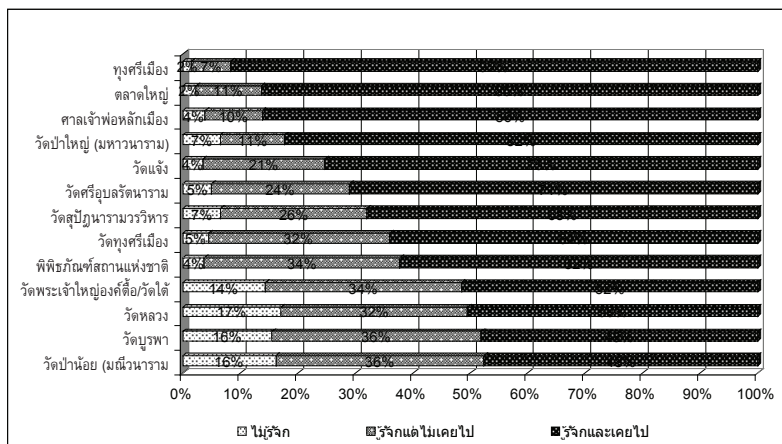
เหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่ไม่ต้องการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอีกนั้น (รูปที่ 4) เนื่องจากการจราจรติดขัด รองลงมา ได้แก่ เรื่องของมลพิษทางอากาศและเสียง และไม่มีหรือขาดที่จอดรถ มีบางส่วนเท่านั้น (ประมาณ หนึ่งในห้าของกลุ่มตัวอย่าง) ที่ไม่ยากเข้าไปในเขตเมืองเก่า เนื่องจากทางเดินเท้าคับแคบ และพื้นผิวทางเดินเท้าชำรุด ซึ่งน่าจะเป็นเหตุให้การเดินซื้อสินค้าไม่สะดวก เนื่องจากการขับรถเข้ามาในเขตนี้อาจหาที่จอดรถใกล้จุดหมายได้ยาก ซึ่งต้องใช้การเดินเท้าเพื่อไปยังจุดหมาย



รูปที่ 4 เหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีอีก

4.2 ทักษะคดีเกี่ยวกับเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับเขตเมืองเก่า ครอบคลุมเกี่ยวกับความรู้จักและความพอใจกับศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ในเขตเมืองเก่า และ ความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาในเขตเมืองเก่า ผลการสำรวจทัศนคตินี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้ที่อาศัยอยู่ในและนอกเขตเมืองเก่า ส่วนผลการสำรวจความรู้จัก (รูปที่ 5) พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 90 รู้จักศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ในเขตเมืองเก่า สำหรับสถานที่ที่รู้จักและเคยไปมากที่สุด กลุ่มแรก ได้แก่ ทุกศรีเมือง ตลาดใหญ่ และ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 80 ที่เคยไป ส่วนกลุ่มสถานที่ที่รู้จักและเคยไปน้อยที่สุดได้แก่ วัดป่าน้อย วัดบูรพา วัดหลวง และวัดใต้



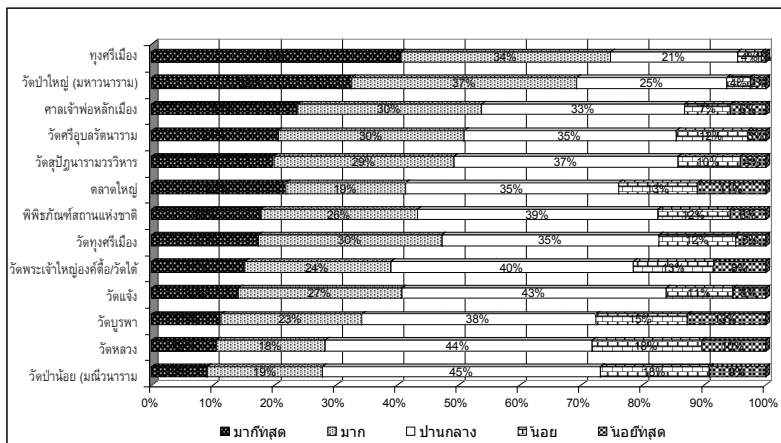
รูปที่ 5 ความรู้จักกับศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

สำหรับการสำรวจระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ ศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น (รูปที่ 6) พบว่า สถานที่ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ถึงร้อยละ 70 ได้แก่ ทุ่งศรีเมือง และ วัดป่าใหญ่ (วัดมถาวนาราม) ส่วนสถานที่ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่ที่คนรู้จักและไปน้อยที่สุด ได้แก่ วัดป่าน้อย (มถาวนาราม) วัดหลวง และวัดบูรพา ส่วนสถานที่อื่น ๆ ก็ได้รับความพึงพอใจเท่า ๆ กันนั้น ได้แก่ ตลาดใหญ่ วัดสุปฏิหารามวรวิหาร ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดแจ้ง วัดพระเจ้าใหญ่องค์ตื้อหรือวัดใต้ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดทุ่งศรีเมือง

ความถี่ในการไปศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ของจังหวัดอุบลราชธานีในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 3) พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มส่วนใหญ่เดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ที่สำรวจ บ่อยครั้งพอสมควร คือ โดยเฉลี่ยประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน สถานที่ที่ไม่ประจำ ได้แก่ ตลาดใหญ่และทุ่งศรีเมือง โดยเฉลี่ยประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาในปัจจุบันของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี (รูปที่ 7) พบว่า ปัญหาที่คนส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 50-60 ของกลุ่มตัวอย่าง) เห็นว่ามีระดับความรุนแรงมากหรือมากที่สุด ในเขตเมืองเก่า ได้แก่ การขาดที่จอดรถ การจราจรติดขัด ไม่มีเส้นทางรถจักรยานหรือสามล้อ และมลพิษทางเสียงและทางอากาศ ส่วนปัญหาของลงมา ได้แก่

ปัญหาเกี่ยวกับการขาดข้อมูลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทางเดินเท้าที่คับแคบ มีสิ่งกีดขวางหรือชำรุด พื้นที่สาธารณะและแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองยังไม่เพียงพอ



รูปที่ 6 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์

ตารางที่ 3 ความถี่ในการไปสถานที่ต่าง ๆ ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

สถานที่	ความถี่เฉลี่ย (ครั้งต่อปี)	กลุ่มที่อาศัยในเขตเมืองเก่า	กลุ่มที่อาศัยนอกเขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	กลุ่มที่อาศัยนอกเขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตร
ตลาดใหญ่		103	29	23
ทุ่งศรีเมือง		76	41	23
วัดสุปฏิหารามวรวิหาร		31	8	9
ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง		26	13	7
วัดป่าใหญ่ (มหาวนาราม)		24	14	8

ตารางที่ 3 (ต่อ) ความถี่ในการไปสถานที่ต่าง ๆ ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

สถานที่ \ ความถี่เฉลี่ย (ครั้งต่อปี)	กลุ่มที่อาศัย ในเขตเมือง เก่า	กลุ่มที่อาศัย นอกเขตเมือง เก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	กลุ่มที่อาศัย นอกเขตเมือง เก่า เกิน 1 กิโลเมตร
วัดศรีอุบลรัตนาราม	23	10	8
วัดแจ้ง	13	14	5
วัดพระเจ้าใหญ่องค์โต/โต	22	7	3
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	26	3	4
วัดทุ่งศรีเมือง	15	4	10
วัดป่าน้อย (มณีวนาราม)	17	5	3
วัดหลวง	11	4	2
วัดบูรพา	8	5	4

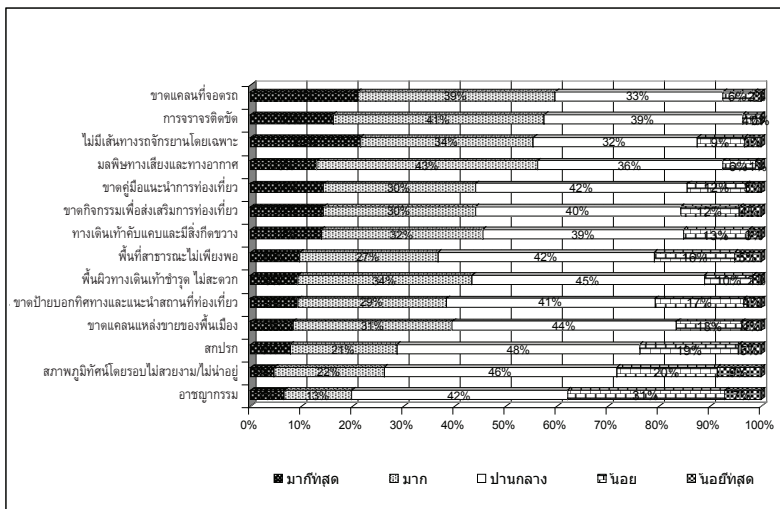
4.3 ทศนคติต่อภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี

การสำรวจทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ภาพลักษณ์ในปัจจุบัน และภาพลักษณ์ในอนาคตที่ประชาชนต้องการให้เป็น

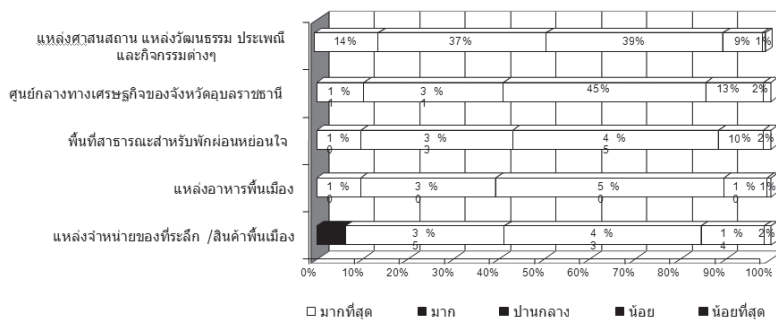
4.3.1 ภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน

จากการสำรวจทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน (รูปที่ 8) พบว่า ส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 50) เห็นด้วยมากหรือมากที่สุดในเรื่องภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่า ในปัจจุบันที่เป็นแหล่งโบราณคดีและศาสนสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งภาพลักษณ์นี้เด่นกว่าภาพลักษณ์อื่น ๆ เพียงน้อยเล็กน้อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัด เป็นที่สำหรับพักผ่อน เป็นแหล่งอาหารพื้นเมือง แหล่งจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2555



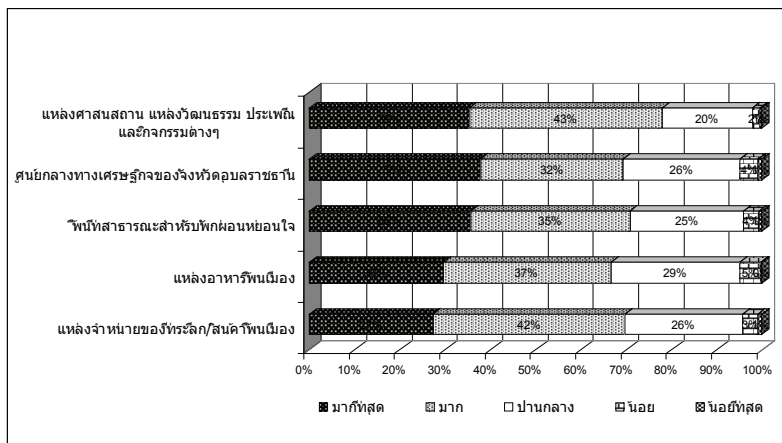
รูปที่ 7 ทิศนคติต่อปัญหาปัจจุบันในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี



รูปที่ 8 ทิศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน

4.3.2 ภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีที่ประชาชนอยากให้เป็น

สำหรับทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในอนาคตนั้น (รูปที่ 9) ส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 70) เห็นด้วยมากหรือมากที่สุดในการที่จะปรับปรุงเขตเมืองเก่าอุบลฯ ให้เป็นทั้งแหล่งประวัติศาสตร์ เป็นที่สำหรับพักผ่อน เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ เป็นแหล่งอาหารพื้นเมือง และเป็นแหล่งจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง โดยที่ไม่มีภาพลักษณ์ใดเด่นเป็นพิเศษกว่าภาพลักษณ์อื่นๆ



รูปที่ 9 ทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีที่ต้องการให้เป็น

4.4 ความต้องการในการพัฒนาเมืองเก่าอุบลราชธานี ในด้านกายภาพและภูมิทัศน์

สำหรับทัศนคติต่อการพัฒนาพื้นที่ในเขตเมืองเก่า ในด้านกายภาพและภูมิทัศน์นั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ภายในวัด และการพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ในเขตเมืองเก่า

4.4.1 การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ภายในวัด

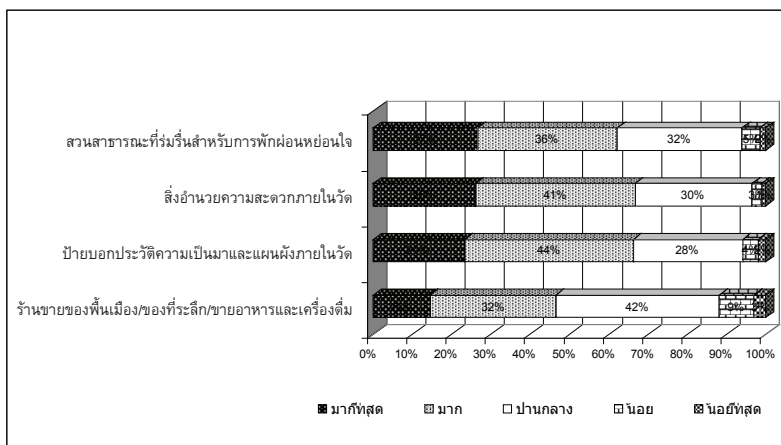
การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ภายในวัด (รูปที่ 10) พบว่า ส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 60) เห็นว่า ควรปรับปรุงในส่วนของสภาพแวดล้อมภายในวัดให้มีความร่มรื่น สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในวัด เช่น สุขา ถังขยะ ที่จอดรถ และ

ควรมีข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์และเรียนรู้สำหรับผู้ที่มาเยี่ยมชม เช่น ป้ายประวัติความเป็นมา แผนที่ภายในวัด และแผนผังเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างวัด ส่วนทัศนคติที่เห็นด้วยน้อยที่สุดได้แก่ การพัฒนาร้านขายสินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก/ขายอาหารและเครื่องดื่มภายในวัด

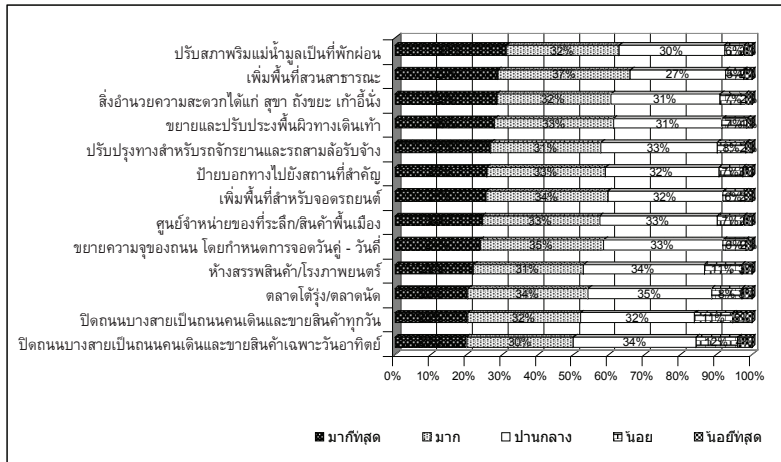
4.4.2 การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ในเขตเมืองเก่า

การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ในเขตเมืองเก่า (รูปที่ 11) พบว่าประเด็นที่กลุ่มประชากรตัวอย่างเห็นด้วยและต้องการมากที่สุดถึงร้อยละ 60 ได้แก่ การปรับปรุงสภาพริมแม่น้ำมูลให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะ

ส่วนประเด็นอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการพัฒนารองลงมานั้น ได้แก่ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในพื้นที่ ได้แก่ ป้ายข้อมูลหรือป้ายบอกเส้นทางไปยังสถานที่สำคัญๆ และ ความสะดวกในการเดินทางเข้าออกพื้นที่ โดยเฉพาะการเดินทางโดยรถยนต์เท่านั้น แต่รวมถึงการเดินทางโดยรถจักรยาน สามล้อ และการเดินเท้าด้วย นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมให้มีสถานที่หรือศูนย์จำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง



รูปที่ 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ภายในวัด



รูปที่ 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ในเขตเมืองเก่า

5. สรุปผลการศึกษาด้านทัศนคติและความต้องการของประชาชน

การสำรวจทัศนคติต่อแนวทางการอนุรักษ์ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์และผังเมือง เพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีของตัวแทนประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี 2) กลุ่มที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า ไม่เกิน 1 กิโลเมตร และ 3) กลุ่มที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า เกิน 1 กิโลเมตรในช่วงเดือนพฤษภาคม 2549 ซึ่งการสำรวจและเก็บข้อมูลในครั้งนี้ได้กำหนดกรอบการศึกษาใน 5 ประเด็นด้วยกัน คือ 1) พฤติกรรมการเข้าไปในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี (เฉพาะกลุ่มประชากรตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่าเท่านั้น) 2) ทัศนคติเกี่ยวกับเขตเมืองเก่าอุบลราชธานี 3) ทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในปัจจุบัน 4) ทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีในความต้องการของประชาชน 5) ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีทั้งในด้านกายภาพและภูมิทัศน์ ซึ่งผลจากการสำรวจข้อมูลทั้ง 5 ประเด็นกับกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันมากนัก

ผลการสำรวจสรุปได้ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเมืองเก่า ได้เข้าไปในเขตเมืองเก่า เฉลี่ยประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่มาเพื่อซื้อของ ทำงาน หรือติดต่อธุรกิจ และมีบางส่วนที่มาเพื่อไหว้พระ ฟักผ่อนหย่อนใจ หรือออกกำลังกาย ส่วนรูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถจักรยานยนต์ และมีส่วนน้อยที่เดินทางโดยรถประจำทาง การเดินเท้า รถมอเตอร์ไซด์ หรือ รถสามล้อ

2. กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด รู้จักศาสนสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่า แต่สถานที่ที่รู้จักและเคยไปมากที่สุด กลุ่มแรก ได้แก่ หุ่นเครื่องเมือง ตลาดใหญ่ และศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ส่วนกลุ่มสถานที่ที่รู้จักและเคยไปน้อยที่สุด ได้แก่ วัดป่าน้อย วัดบูรพา วัดหลวง และ วัดใต้

3. สถานที่ที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ หุ่นเครื่องเมือง และ วัดป่าใหญ่ ส่วนสถานที่ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ วัดป่าน้อย วัดหลวง และวัดบูรพา (ซึ่งเป็นกลุ่มที่คนรู้จักและไปน้อยที่สุด)

4. ด้านความถี่ในการไปศาสนสถานต่าง ๆ โดยเฉลี่ยประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน และสถานที่ที่ไปเป็นประจำ ได้แก่ ตลาดใหญ่ และ หุ่นเครื่องเมือง โดยเฉลี่ยประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

5. ปัญหาที่คนส่วนใหญ่เห็นว่ามีความระดับความรุนแรงที่สุด ได้แก่ การขาดที่จอดรถ การจราจรติดขัด การที่ไม่มีเส้นทางรถจักรยานหรือสามล้อ และ มลพิษทางเสียงและทางอากาศ ส่วนปัญหารองลงมา ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับการขาดข้อมูลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทางเดินเท้าที่คับแคบ มีสิ่งกีดขวางหรือชำรุด พื้นที่ไม่สะอาดและแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองยังไม่เพียงพอ

6. ด้านภาพลักษณ์ของเขตเมืองเก่า ในปัจจุบันเห็นว่าเป็นแหล่งโบราณคดีและศาสนสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเพณี และประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งภาพลักษณ์นี้เด่นกว่าภาพลักษณ์อื่น ๆ เพียงเล็กน้อย ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์ของการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัด เป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ เป็นแหล่งอาหารพื้นเมือง และแหล่งจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรให้มีการพัฒนาเขตเมืองเก่าให้มีภาพลักษณ์ต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

7. สภาพแวดล้อมภายในวัดควรปรับปรุงให้มีความร่มรื่นสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัด เช่น ห้องสุขา ถังขยะ ที่จอดรถ และควรมีข้อมูลในการ

ประชาสัมพันธ์และป้ายข้อมูลสถานที่สำคัญๆ สำหรับผู้ที่มาเยี่ยมชม เช่น ป้ายประวัติความเป็นมา แผนที่ภายในวัด และเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างวัด

8. การพัฒนาพื้นที่ด้านกายภาพและภูมิทัศน์ในเขตเมืองเก่า ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้เป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ และการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะ ส่วนประเด็นอื่น ๆ ที่ประชาชนต้องการ คือ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ ได้แก่ ป้ายข้อมูล ป้ายบอกเส้นทาง และความสะดวกในการเดินทางเข้าออกพื้นที่ โดยเฉพาะการเดินทางโดยรถยนต์ แต่รวมถึงการเดินทางโดยรถจักรยาน รถมอเตอร์ไซด์ และการเดินเท้า นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมให้มีสถานที่หรือศูนย์จำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองด้วย

จะเห็นว่าบริเวณพื้นที่ในเขตเมืองเก่าอุบลราชธานีนี้ เดิมเป็นพื้นที่ค้าขายและพักผ่อนหย่อนใจมานานตั้งแต่อดีต ต่อมาในปัจจุบันเริ่มซบเซาลงไปมาก เนื่องจากการขายตัวของเมืองไปทางทิศเหนือ ดังนั้น จึงจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องปรับปรุงพื้นที่ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยการพัฒนาและส่งเสริมพื้นที่ "เมืองเก่า" อุบลราชธานี ให้เป็นแหล่งศาสนสถาน แหล่งวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม แหล่งอาหารพื้นเมือง และแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่ รวมทั้งการผลักดันให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานี โดยควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ภายในศาสนสถาน และภายในเมืองเก่า ให้มีเอกลักษณ์อันบ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวัฒนธรรมของแต่ละสถานที่นั้นๆ

2. ปรับปรุงพื้นที่สาธารณะให้มีความร่มรื่นมากขึ้น ได้แก่ พื้นที่บริเวณตลาดใหญ่รวมถึงตลอดแนวริมแม่น้ำมูลจากวัดหลวงถึงวัดสุภานุรามวรวิหาร และพื้นที่บริเวณทุ่งศรีเมืองและศาลหลักเมือง

3. ปรับปรุงพื้นที่เศรษฐกิจสำหรับจำหน่ายอาหาร ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ซึ่งบริเวณที่เหมาะสม ได้แก่ (1) ถนนราชบุตร ซึ่งเชื่อมระหว่างพื้นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจหรือออกกำลังกาย ทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ พื้นที่บริเวณตลาดใหญ่รวมถึงตลอดแนวริมแม่น้ำมูล พื้นที่บริเวณทุ่งศรีเมืองและศาลหลักเมือง (2) บริเวณถนนพรหมเทพและพรหมราช ซึ่งเป็นพื้นที่ติดกับตลาดใหญ่ ถนนบริเวณนี้ปัจจุบันเดินทางเดียว 2 ช่องจราจร และสามารถจอดรถได้ 2 ข้างทาง ดังนั้นเพื่อส่งเสริมการค้าขายให้มากขึ้นควรลดช่องทางการจราจรให้เหลือ 1 ช่องจราจร และจอดรถได้ 2 ข้างทางเช่นเดิม เพื่อขยายทางเดินเท้าให้กว้างขวางขึ้น พร้อมทั้งปรับปรุงผิวทางให้เดินได้สะดวก และควบคุมการวางสินค้าที่กีดขวางบนทางเท้า และมีการจัด

ระบบที่จอดรถยนต์ให้ดีขึ้น เช่น ที่จอดรถริมถนนสามารถจอดได้ในระยะเวลาอันสั้น และจัดให้มีการจอดรถในวัดใกล้เคียงเป็นการจอดรถระยะยาว

4. ปรับปรุงระบบจราจรให้สามารถเข้าออกพื้นที่ได้สะดวกขึ้น ไม่เฉพาะรถยนต์และรถจักรยานยนต์ แต่ควรส่งเสริมการเดินเท้า รถจักรยาน และรถประจำทางด้วย ควรมีการควบคุมรถยนต์เข้าออกในพื้นที่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่คับแคบ ไม่สามารถรองรับรถยนต์ได้ทั้งหมด และควรให้รถยนต์จอดโดยรอบบริเวณ (มีการจัดที่จอดรถให้บริการ) และมีทางเดินเท้าที่สะดวกและร่มรื่น ในพื้นที่เมืองเก่าอุบลราชธานี

6. บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. รายงานประจำปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กรุงเทพฯ.

_____. 2547. รายงานประจำปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2. 2551. รายงานประจำปี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. อุบลราชธานี.

นิธิตา ประยงค์. 2530. การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ-สังคม เนื่องจากการท่องเที่ยว

กรณีศึกษาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. มหาวิทยาลัยมหิดล.

เนาวรักษ์ แสนสุพรรณ. 2545. บทบาทของวัดต่อชุมชนในปัจจุบัน. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.

ประชุม สุวัฒน์. 2535. รายงานในอุตสาหกรรมท้องถิ่น. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต :

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2539. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

วิชาญ เสี่ยวเส็ง, พระมหา. 2544. พุทธศิลป์กับการท่องเที่ยว: ศึกษาบทบาทของวัด

ในการอนุรักษ์พุทธศิลป์เพื่อการท่องเที่ยว. อักษรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล .

มณฑล จันทร์แจ่มใส. 2541. การศึกษาทัศนคติของชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการ

ท่องเที่ยว กรณีศึกษา:เกาะมุก จังหวัดตรัง. สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต :

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รชพร จันทร์สว่าง. 2546. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยว

ชุมชนอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : กรุงเทพฯ.

- วัฒนา ศรีสัตย์วาจา. 2535. **จิตวิทยาทัศนคติ**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา
คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- วินัย ผู้นำพล. 2529. **แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาลและประเพณี ที่เกี่ยวข้อง
กับการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
: กรุงเทพฯ.
- สาระ มีผลกิจ. 2547. **บทบาทของสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อ
การท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต : กรุงเทพฯ.
- แสงไทย นราราชภูรี. 2534. **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลัก จังหวัดภูเก็ต.
การวางแผนเมืองบันทึก : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**.
- สุเมศวร์ พิริยะวัฒน์. 2553. **"ทฤษฎีพฤติกรรมและการประยุกต์สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรม
การเดินทางในประเทศไทย". วิศวกรรมสาร. วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย
ปีที่ 63 ฉบับที่ 6 : 59 – 70.**
- สุวัฒน์ จุฑาการณ์และจริญญา เจริญสุกใส. 2544. **เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : กรุงเทพฯ.
- Buhalis, D. 2000. "Marketing the competitive destination of the future".
Tourism Management. V. 21, 97-116.
- Davidson, R. & Maitland, r. 1997. **Tourism destination**. London: Hodder & Stoughton.
- Echtner, C.M. & Prasad, P. 2003. "The context of third world tourism marketing".
Annals of Tourism Research. 30(3), 660-682.
- Frans M. Dieleman, Martin Dijst, Guillaume Burghouwt. 2002. "Urban Form and
Travel Behaviour: Micro-level Household Attributes and Residential Context".
Urban Study, vol. 39 no. 3, 507-527.
- Fosness, D. 1994 Measuring tourist motivation. **Annals of Tourism Research**, 21 (3):
555 – 581.
- Hall, C.M. 2000. **Tourism Planning: Policies, processes, relationships**. UK: Prentice
Hall.
- Leiper, N. 1993. **Tourism System**. Massey University, New Zealand.