

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา  
ตุลาคม 2556

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา

ตุลาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา

ตุลาคม 2556

วิภาพรรณ ตาราดาย. (2556). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปรินญาณิพนธ์: อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน.

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้วิธีวิจัย 2 วิธี ประกอบด้วย วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 100 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบง่ายของเพียร์สัน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 10 คน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้จากวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะส่วนบุคคลทางด้าน อายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
3. ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และมีทิศทางเดียวกันต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ



4. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย และมีทิศทางตรงกันข้ามต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

5. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย และมีทิศทางตรงกันข้ามต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

6. ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางและมีทิศทางตรงกันข้ามต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

7. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และมีทิศทางเดียวกันต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

8. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และมีทิศทางเดียวกันต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

9. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และมีทิศทางเดียวกันต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

10. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และมีทิศทางเดียวกันต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสใน

การเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและ  
วัฒนธรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ  
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ส่วนปัจจัยทางด้านภัยธรรมชาติ ที่  
เกิดขึ้นในไทยและปัจจัยทางด้านการเมืองในประเทศไทยจะไม่มีผลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้  
ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วนได้แก่ เรื่องความสะอาดโดยเฉพาะบริเวณห้องน้ำและขยะรอบๆ  
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว และป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ



A COMPARATIVE STUDY OF FACTORS INFLUENCING TOURIST BEHAVIORS AT  
AMPHOE PHRA NAKHON SRI AYUTTHAYA BETWEEN THAIS AND FOREIGNERS.



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Education Degree in Business Education  
at Srinakharinwirot University

October 2013

Wipapan Darachay. (2013). *A Comparative Study of Factors Influencing Tourist Behaviors at Amphoe Phra Nakhon Sri Ayutthaya between Thais and Foreigners*. Master's Project M.Ed. (Business Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Tanapoom Ativetin.

This research was aimed to compare the factors influencing between Thai and foreigner tourism behaviors in Amphoe Phra Nakhon Sri Ayutthaya. The data were collected from two different tools: a Thai-English questionnaire and an in-depth interview. The sample sizes of the questionnaire were 100 Thais and 100 foreigners. All samples visited Amphoe Phra Nakhon Sri Ayutthaya as tourists. The statistic figures were evaluated and analyzed by T-test, One-Way ANOVA, and Pearson correlation. The in-depth interview data was collected from 10 Thai and 10 foreigner tourists as the evidence to clarify the statistic analysis from the questionnaire.

The analysis supported the research hypothesis with statistical significant at .05 level. The results were as follows:

1. Thai tourists with different age level behaved differently for the chance to travel back.
2. The foreign tourists with different age level, educational level, and monthly income behaved differently for the traveling style and experience.
3. The external factors including Thai social and cultural factors were highly related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.
4. The external factors including Thai economic factors were unremarkably related to the reasons to travel of Thai and foreigner tourism behaviors.
5. The external factors including Thai political factors were unremarkably related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.

6. The external factors including the natural disaster factors in Thailand were moderately related to the chance to travel back and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.
7. The marketing mix of product factors were highly related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.
8. The marketing mix of price factors were highly related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.
9. The marketing mix of distribution channel factors were highly related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.
10. The marketing mix of promotion factors were highly related to the reasons to travel, the chance to travel back, and the traveling style of Thai and foreigner tourism behaviors.

The in-depth interview analysis revealed that the external factors including Thai social and cultural factors and the marketing mix of product and promotion factors affected Thai and foreigner tourism behaviors. The natural disaster and political factors in Thailand were unremarkably related to the behavior of foreign tourists but they affected Thai tourists. Moreover the interview presented that the needed improvement in Amphoe Phra Nakhon Sri Ayutthaya were the hygiene of the public toilets, the garbage around the tourist attractions, and the road signs.

## ประกาศคุณประการ

ปริญญาโทนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะ ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากอาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ระวี อนันต์อัครกุล ที่ได้ให้ความกรุณา มาเป็นคณะกรรมการในการสอบเค้าโครงปริญญาโท และ ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์กับการทำปริญญาโทในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. มนุ สีนะวงศ์ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นคณะกรรมการในการสอบเค้าโครงปริญญาโท และคณะกรรมการในการสอบปากเปล่าปริญญาโท และ ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์กับการทำปริญญาโทในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ ที่ได้ให้ความกรุณา เสียสละเวลาอันมีค่ามาเป็นประธานในการสอบปากเปล่าปริญญาโท ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับการทำปริญญาโทในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตร สาขาวิชาธุรกิจศึกษา จนสำเร็จการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ ครอบครัว และเพื่อน ที่ได้ให้การสนับสนุน และ ะให้ความช่วยเหลือ จนประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

วิภาพรรณ ดาราฉาย

# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1. บทนำ</b>	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิด.....	9
สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	10
<b>2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด.....	31
ประวัติความเป็นมาของจังหวัดอยุธยา.....	42

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>2. (ต่อ)</b>	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
<b>3. วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	51
การกำหนดประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	52
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	65
การกำหนดประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	66
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ.....	70
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	214
<b>5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ</b>	
ความมุ่งหมายและวิธีการค้นคว้าวิจัย.....	247
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	254
อภิปรายผลเชิงปริมาณ.....	275
อภิปรายผลเชิงคุณภาพ.....	287
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	295
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	298
บรรณานุกรม.....	297
ภาคผนวก.....	301
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	314

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย.....	71
2. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ.....	75
3. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัย ภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	79
4. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัยภายนอก ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	82
5. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	85
6. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	91
7. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	97
8. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	99

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
9. แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย.....	102
10. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	118
11. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมด้านโอกาส ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	119
11.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ แบบ LSD.....	120
12. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว จำแนกตามประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	121
13. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	123
14. แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	124

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14.1. แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบบ LSD.....	125
15. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	127
16. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	128
16.1. แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบ LSD.....	129
17. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	131

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	132
18.1. แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านระยะเวลา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ แบบ LSD.....	133
19. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	135
20. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	136
21. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามอาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	137
22. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามอาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	138
22.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามอาชีพ ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแบบ LSD.....	139

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	141
24. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	142
24.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแบบ LSD.....	143
25. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะ การเดินทางมาเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	145
26. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะ การเดินทางมาเที่ยว จำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	146
26.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบ LSD.....	147

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	149
28. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	150
28.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแบบ LSD.....	151
29. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	153
30. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	154
30.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแบบ LSD.....	155
31. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ จำแนกตามสถานภาพสมรส ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	157

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว จำแนกตามประสบการณ์ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	158
33. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	159
34. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา จำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	160
35. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	161
36. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	162
37. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	163



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	164
39. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	165
40. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	166
41. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	167
42. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	168
43. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	169
44. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	170

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	171
46. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	172
47. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	173
48. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	174
49. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	175
50. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	176

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	177
52. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	178
53. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	179
54. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	180
55. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	181
56. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	182
57. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	183

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
58. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	184
59. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	185
60. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	187
61. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	188
62. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	189
63. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	190
64. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	191

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
65. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	192
66. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	193
67. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	194
68. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการ กลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	195
69. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	196
70. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	197

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
71. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	198
72. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	199
73. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	200
74. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	201
75. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	202
76. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	203

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	204
78. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	205
79. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	206
80. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	207
81. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาส ในการกลับมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	208
82. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้าน ลักษณะการเดินทางมากลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	209

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
83. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	210
84. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการ กลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	211
85. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	212



# บทที่ 1

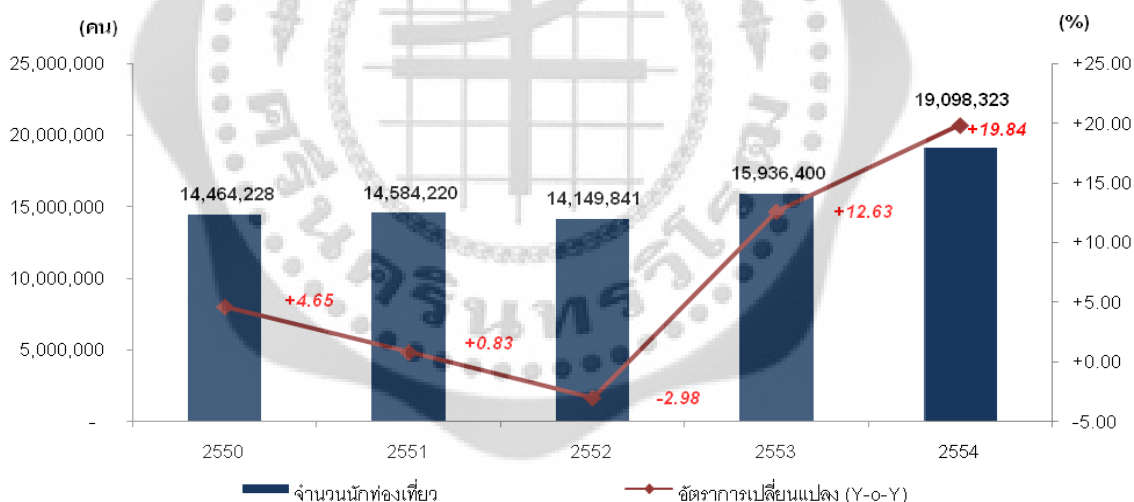
## บทนำ

### ภูมิหลัง

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย และเป็นกลไกสำคัญที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างอาชีพที่หลากหลาย การหมุนเวียนของรายได้ และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 19,098,323 คน เพิ่มขึ้น 3,161,923 คน หรือคิดเป็น 19.84%

### จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย พ.ศ. 2550 – 2554



ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมการท่องเที่ยว . (2554). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2554 และแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2555 : 6.

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างให้ความนิยมในการเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯมากนัก ประมาณ 76 กิโลเมตร การเดินทางสะดวกสบาย สามารถที่จะเดินทางไปได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัว และรถประจำทาง โดยการเดินทางไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น นักท่องเที่ยวนิยมที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมตามสถานที่

ต่างๆ เนื่องจากว่าเป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ในเรื่องของสถานที่ทางโบราณสถานและโบราณวัตถุต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นบ้านเรือน วัดวาอาราม และพระราชวังต่างๆ รวมทั้งพิพิธภัณฑสถานอีกมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชม และศึกษาถึงประวัติความเป็นมาที่ยาวนานทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด พระนครศรีอยุธยา อาทิเช่น วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดไชยวัฒนาราม วัดใหญ่ชัยมงคล หมู่บ้านญี่ปุ่น หมู่บ้านโปรตุเกส พระราชวังบางปะอิน คุ่มขุนแผน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เจ้าสามพระยา นอกจากนี้ยังมีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เดินจับจ่ายซื้อของเป็นที่ระลึกในการเดินทางไปเยี่ยมชมยัง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาทิเช่น ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ตลาดลาดชะโด ตลาดน้ำอโยธยา ตลาดโก้งโค้ง เป็นต้น นอกจากสถานที่ต่างๆเหล่านี้ที่มีความน่าสนใจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็ยังมีกิจกรรมในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ การขี่ช้างชมเมือง และการล่องเรือชมเมือง หรือการเดินทางเพื่อย้อนรอยอดีต หรือกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เป็นอย่างมาก คือการล่องเรือไหว้พระแก้ววัด

แต่เนื่องจากในช่วงปลายปี พ.ศ. 2554 ประมาณเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม เกิดเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงสั้นๆ แต่ก็เกิดผลกระทบเป็นอย่างมาก เนื่องจากเหตุการณ์อุทกภัยหรือน้ำท่วมในครั้งนี้ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาคธุรกิจ สถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคมทางบกที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางไปยังพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และรัฐบาลในหลายประเทศได้ประกาศเตือนการเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศได้แนะนำให้นักท่องเที่ยวเลื่อน/ยกเลิกการเดินทาง และเปลี่ยนแปลงไปประเทศอื่นแทน

และจังหวัดอยุธยาก็เป็นจังหวัดที่ได้รับผลกระทบต่อเหตุการณ์อุทกภัยในครั้งนี้ด้วยเช่นกัน โดยน้ำได้เข้าท่วมไปยังสถานที่สำคัญต่างๆภายในจังหวัดอย่างมาก ทำให้เกิดความเสียหายต่อการท่องเที่ยว เช่น วัดบางแห่งต้องมีการปิดปรับปรุงซ่อมแซม ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าเยี่ยมชมอย่างใกล้ชิดได้เหมือนเช่นเคย อีกทั้งยังมีสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนหน้า และหลังเหตุการณ์อุทกภัยในครั้งนี้อีกหลายเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์การชุมนุมทางการเมือง เหตุการณ์การประท้วงทางเศรษฐกิจ เช่น การขึ้นราคาน้ำมันภายในประเทศ การปรับค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท เป็นต้น ซึ่งแน่นอนว่าเหตุการณ์เหล่านี้จะต้องกระทบต่อระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ราคาค่าที่พักต่างๆ เป็นต้น หรือสถานที่พักบางแห่งที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยจนได้รับความเสียหาย หรือได้รับผลกระทบจากการปรับค่าแรงขั้นต่ำของรัฐบาลทำให้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการจัดการภายในเพื่อให้รองรับนโยบายของรัฐบาลได้อย่างมั่นคง

จากสถานการณ์ต่างๆดังกล่าว แม้ว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง และสำนักข่าวระดับโลกติดต๋ามและรายงานสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อ

ภาพลักษณ์ของประเทศ แต่จากศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยที่แข็งแกร่ง เนื่องจากมีสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตลอดจนการดำเนินมาตรการด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีผลช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถานการณ์ดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลช่วยบรรเทาความรุนแรงของสถานการณ์ดังกล่าวต่อภาคการท่องเที่ยว (กระทรวงกีฬาและการท่องเที่ยว : สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2554 และแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2555: 4 – 13)

ดังนั้นจากผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นจนทำให้เกิดผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ชาติไทยและมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่เก่าแก่มากมาย ซึ่งจากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่นานแต่ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยี่ยมชม

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จึงได้เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการห้างร้าน บริษัทเอกชน และรัฐบาลได้รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวทางธุรกิจหรือภาคเศรษฐกิจให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันซึ่งเราไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อให้ตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สัญชาติ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยภายนอกต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลให้กับองค์กรต่างๆที่ได้ดำเนินการในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆที่เราไม่สามารถควบคุมได้ หรือ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม
3. เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมีบริเวณพื้นที่ไม่กว้างมากนัก และการเดินทางไปเที่ยวจากกรุงเทพฯนั้นไม่ไกลมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวและพักค้างคืนภายในอำเภอจึงมีไม่มากแต่จากงานวิจัย ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการพักแรมภายในอำเภอ

เมืองพระนครศรีอยุธยา จึงได้กำหนดจำนวนประชากรไว้ที่จำนวน 220 คน โดยได้มีการแบ่งจำนวนประชากรตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยในเชิงปริมาณ จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน

2. การวิจัยในเชิงคุณภาพ จำนวนทั้งหมด 20 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัย 2 วิธี คือ

1. การวิจัยในเชิงปริมาณ จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน

2. การวิจัยในเชิงคุณภาพ จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 20 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

### ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1. ตัวแปรอิสระ

##### 1.1 ข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคล

###### 1.1.1 เพศ

###### 1.1.2 อายุ

###### 1.1.3 อาชีพ

###### 1.1.4 สถานภาพสมรส

###### 1.1.5 ระดับการศึกษา

###### 1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.7 ประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

1.3 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.1 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.2 โอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว

1.3 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.5 ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา** หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

2. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิมและได้เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. **เหตุการณ์อุทกภัย** หมายถึง เหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ที่ อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้เกิดขึ้นในช่วงปลายเดือนกรกฎาคมจนถึงประมาณเดือนธันวาคม ปีพุทธศักราช 2554

**4. สังคมและวัฒนธรรมไทย** หมายถึง ความต้องการเปลี่ยนที่พื้กผ่อนชั่วคราวจากสัง คมเดิมที่ ตนอาศัยอยู่ หรือ ความต้องการในการศึกษาถึงรูปแบบความเป็นอยู่ของสังคมใหม่ๆ หรือ เกิดความ เปลี่ยนแปลง หรือ เกิดความไม่สงบในสังคมที่ตนอาศัยอยู่ เช่น เกิดเหตุการณ์จลาจล เป็นต้น หรือความ ต้องการในการศึกษาถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือ เอกลั กษณ์ทางวัฒนธรรมของ ท้องถิ่นนั้นๆ

**5. เศรษฐกิจไทย** หมายถึง สภาวะทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย ณปัจจุบัน เช่น การปรับราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ค่าครองชีพ หรือ การเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท หรือสถานภาพทาง การเงินของแต่ละบุคคล เช่น รายได้ต่อเดือน เป็นต้น

**6. การเมืองไทย** หมายถึง สถานการณ์ทางการเมือง ที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย เช่น การ เปลี่ยนแปลงระบอบทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงผู้นำประเทศ การชุมนุมทางการเมือง เป็นต้น

**7. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย** หมายถึง ภัยธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกที่ ทุกเวลา และอยู่นอกเหนือการควบคุม หรืออาจเกิดขึ้นจากฤดูกาลต่างๆ เช่น น้ำท่วม หรือสึนามิ เป็น ต้น

**8. ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง องค์ประกอบต่างๆที่นำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการ การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวที่ ผู้วิจัยได้นำมาใช้มีทั้งหมด 4 อย่างด้วยกันดังนี้

**8.1 สินค้าและบริการ (Product or Service)** หมายถึง สินค้าและบริการต่างๆที่ให้บริการ ได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ รวมทั้งควา มปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างท่องเที่ยว ฯลฯ

**8.2 ราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าของสินค้าและบริการในรูปของตัวเงินหรือสิ่งที่ต้องการ จ่ายสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ

**8.3 สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Chanel)** หมายถึง โครงสร้างของ ช่องทางที่ช่วยเก็บรักษา ดูแล คลังสินค้า และกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างครบถ้วนและสะดวก รวดเร็ว ซึ่งประกอบด้วยองค์การต่างๆทั้งในและนอกระบบการท่องเที่ยว เช่น บริษัทจัดนำเที่ยว สายการบิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

**8.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** คือ การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ความรู้ และการเกิดพฤติกรรมการซื้อ โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น พนักงานขาย การโฆษณา ฯลฯ ที่สามารถเข้าถึง ผู้บริโภคที่ดีที่สุดและเร็วที่สุด



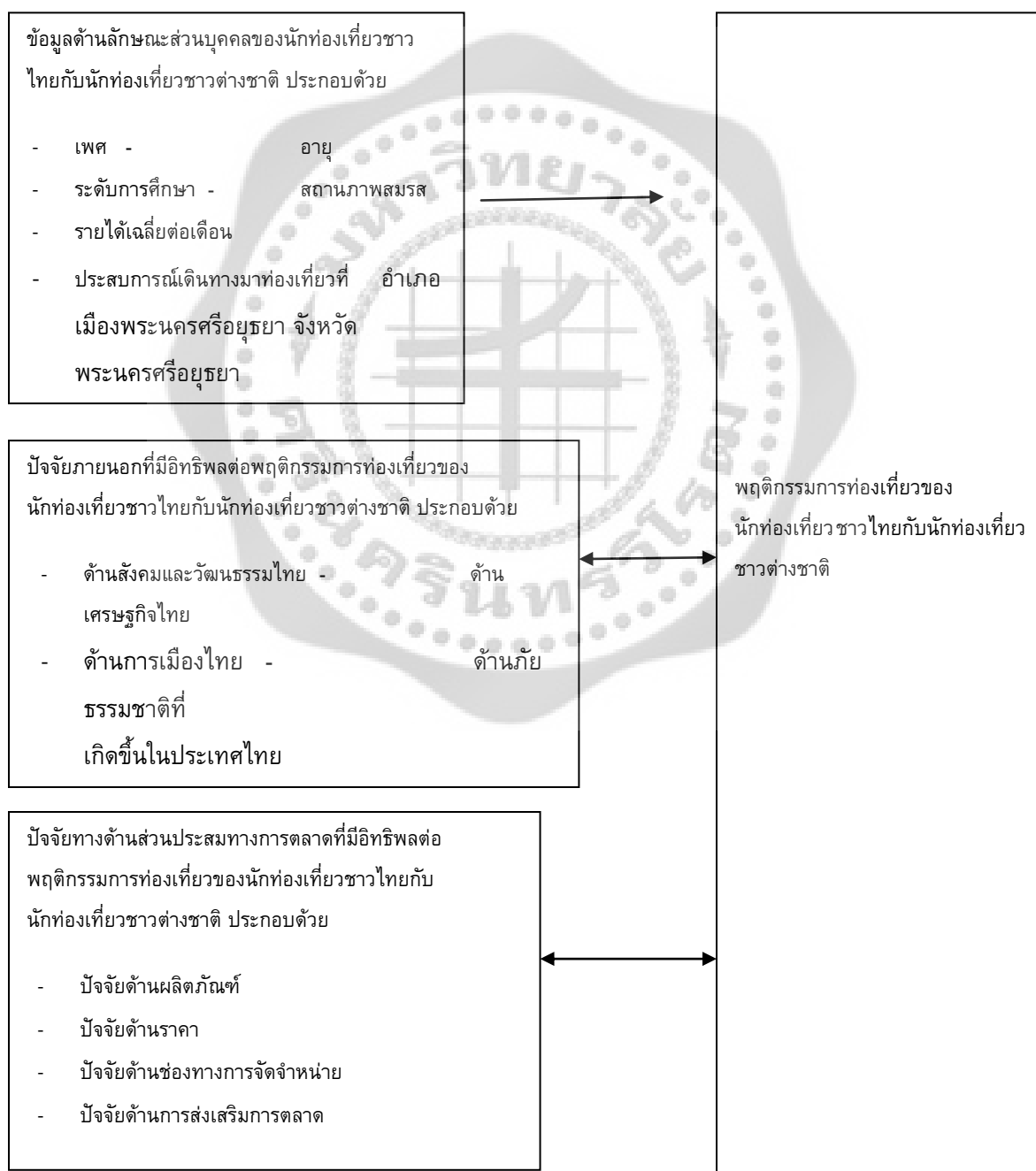


## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ มีกระบวนการวิจัยดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

### ตัวแปรตาม



## สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ผู้วิจัยได้ศึกษา ทฤษฎี แนวความคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาด
4. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

##### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ

วินิจ วีรยางกูร (2532: 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่นการเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทาง เพื่อไปอาศัยที่อื่น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548: IV) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึงการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการคือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ

### 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากสองความหมายดังกล่าวข้างต้นนี้ จะสอดคล้องกับความหมายของ สหสัมพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization: IUOTO) ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางเพื่อความ มั่นเทิ่งรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการเข้าร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่อย่างเป็นทางการ

นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คำจำกัดความต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ อีก

นักเดินทาง (Travelers) หมายถึง ผู้เดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว (Tourist) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่านมา (Transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ (Diplomats, Representatives of consulates, Members of armed forces) และผู้ลี้ภัย (Refugees)

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลซึ่งมา (หรือไป) ยังประเทศหนึ่ง ซึ่งมีไว้เพื่อก การอยู่อาศัยถาวร ด้วยเหตุจูงใจใดก็ได้ ซึ่งมีไว้เป็นการประกอบอาชีพที่ได้รับค่าจ้างตอบแทน และเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง และอย่างมากไม่เกิน 6 เดือน โดยผู้มาเยือนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอยู่ าน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่ไป เยือนและมีเหตุจูงใจในการเยือน

1. เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

2. เพื่อการปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว และการประชุมต่างๆโดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourist) หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือมาเพื่อการพักผ่อน
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนทางศาสนา นักกีฬา ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช่เพื่อทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

1.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourist) หมายถึง คนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย และเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่น้อยกว่า 60 วัน

2. นักทัศนาจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวและเข้าไปอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกันคือ

2.1 นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (International excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว (Visitor) จากต่างประเทศ โดยไม่ได้พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2.2 นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆจากภายในประเทศ โดยไม่ได้พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548: V) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (recreation) วันหยุด (holiday) เพื่อสุขภาพ (health) การศึกษา (study) ศาสนา (religion) และการกีฬา (sport)

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) อันได้แก่ การประชุม (meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (mission) รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 19-20) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่สามารถทำได้สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่มนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย การท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือ การเดินป่าเพื่อดูนก ตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวคือต้อง

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคม ที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงานหรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือนการท่องเที่ยวประเภทนี้ รวมถึงการท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

### 1.3 องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอน (2552: 128-129) บัญญัติพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวต้องการก่อนตัดสินใจพิจารณาเลือกสถานที่เดินทางหรือเลือกใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว หรือสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม ซึ่งมีอยู่มากมาย และขึ้นอยู่กับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ วัดวาอาราม เป็นต้น
2. โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบของน้ำประปา โทรศัพท์ การสื่อสารไร้สาย ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล การคมนาคมสื่อสาร เป็นต้น
3. การขนส่ง ได้แก่พาหนะที่ใช้ในการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟ เป็นต้น
4. การต้อนรับขับสู้ของเจ้าบ้านหรือคนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว เจ้าบ้านต้องมีทัศนคติที่ดีสำหรับแขก ต้องแสดงออกถึงความสุภาพ ค วามเป็นมิตร ความจริงใจ ซื่อสัตย์ พร้อมทั้งจะคอยช่วยเหลือทำในสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ
5. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุกๆที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว รัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่ทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายปลอดภัยไร้กังวล ระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน

6. ผู้ให้บริการนำเที่ยว ปัจจัยข้อนี้สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพื่อลดภาระขั้นตอนของตนเอง ชื่อเสียง การบริการ ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดนำเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและตัดสินใจใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

#### 1.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

นิศา ชัชกุล (2550: 260) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (TRAVEL Resources) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่หมายถึง ชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนนั้นๆ รวมถึงวัฒนธรรม เทศกาล งาน ประเพณีประจำปี สิ่ง ต่างๆเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจ หรือ จุดขาย ของการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนครั้งแล้วครั้งเล่า หรือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาจจะหมายถึง สิ่งแวดล้อมของมนุษย์ สิ่งต่างๆที่ปรากฏอยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

1. ประเภทธรรมชาติ หรือ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) จำแนกย่อยได้ 2 ชนิด คือ

1.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา ทัศนียภาพ ได้แก่ ชายหาดโค้ง เว้า ระดับความลาดชันของใต้ทะเลที่เหมาะสมกับการเล่นน้ำ มีทะเลสาบ ภูเขา ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ (Bio-geo-graphical Environment) เช่น สัตว์ป่า สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์ธรรมชาติ เป็นต้น

2. ประเภทวัฒนธรรม (Culture Environment) หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งได้ 2 ชนิด คือ

2.1 ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นสิ่งก่อสร้างที่เกี่ยวข้องหรือเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง วัด พิพิธภัณฑสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในจังหวัดต่างๆ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง เป็นต้น

2.2 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทคโนโลยี และ กิจกรรมต่างๆ เช่น วิถีชีวิต งานประเพณี การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง สวนสนุก เทศกาลประเพณีของจังหวัดต่างๆ เป็นต้น



## 1.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548:142-146) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว มีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

**ขั้นตอนที่ 1** การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวก ข่าวสารการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**ขั้นตอนที่ 2** ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Needs) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต

**ขั้นตอนที่ 3** สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัยสองประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจได้เป็น 4 ประเภทคือ

1.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ

1.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทาง ประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ ฯลฯ

1.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

1.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรง กระตุ้นที่เกิดจากความ ต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและ สร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วม ประชุม

**ขั้นตอนที่ 4** การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่

ไหนที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์  
 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ จากการสำรวจปัจจัยในการ  
 ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- 4.1 จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 4.2 จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 4.3 จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด
- 4.4 จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 4.5 จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 4.6 จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 4.7 จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 4.8 จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

**ขั้นตอนที่ 5** การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อ  
 ตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยว  
 ต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2  
 ปี

**ขั้นตอนที่ 6** การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่  
 ท่องเที่ยวที่แน่นอนแล้ว และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็  
 ต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง  
 เป็นต้น

**ขั้นตอนที่ 7** การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว  
 จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆตาม  
 สถานการณ์ที่ได้รับ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผล  
 กระทบต่อการตัดสินใจใน การเดินทางครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวใน  
 สถานที่แห่งนี้หรือไม่

**ขั้นตอนที่ 8** ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้ประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว  
 ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

8.1 มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว

8.2 ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว

**ขั้นตอนที่ 9** ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าบุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้คนอื่นไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกด้วย

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

### 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554: 77-86) กล่าวว่าถึง ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factors) ประกอบด้วย วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชนชั้นสังคม ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) ประกอบด้วยพฤติกรรมที่เป็นแบบฉบับหรือที่คาดหวังไว้ ส่วนบรรทัดฐานและความคิดเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความต้องการของบุคคลที่มีรากฐานมาจากครอบครัวและสถาบันที่สำคัญทางสังคม (ปรับปรุงจาก Hoyer & MacInnis, 2010, p G-3; Kotler & Keller, 2009, p. 190)

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในวัฒนธรรมพื้นฐานหรือวัฒนธรรมหลักจะประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อย ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีความเชื่อถือและประสบการณ์เหมือนกัน อันกำหนดลักษณะวัฒนธรรมของกลุ่ม (ปรับปรุงจาก Solomon, 2009, p. 692) วัฒนธรรมย่อยอาจเกิดจากลักษณะเฉพาะด้านสัญชาติ ศาสนา เชื้อชาติหรือเผ่าพันธุ์ ภูมิศาสตร์ อายุ เพศ เป็นต้น

1.3 ชั้นสังคม (Social class) ในแต่ละสังคมจะมีการแบ่งสมาชิกออกเป็นระดับชั้นที่ต่างกัน โดยสมาชิกในแต่ละชั้นจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน การกำหนดชั้นสังคมจะจำแนกตามรายได้ อาชีพ และรูปแบบการดำรงชีวิต (ปรับปรุงจาก Solomon, 2009, p. 691; Kotler & Keller, 2009, p. 192) ตลอดจนการศึกษา อาชีพ ชาติตระกูล หรือลักษณะที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งชั้นสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของบุคคล

## 2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors)

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) หมายถึง กลุ่มที่บุคคลเกี่ยวข้องกับตัว ซึ่งมิใช่ ทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ การประเมิน แรงคลใจ และพฤติกรรมของบุคคล (ปรับปรุงจาก Solomon, 2009, p. 690; Kotler & Keller, 2009, p. 194) กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลหรือสมาชิกของกลุ่มทางด้าน

### 2.1.1 พฤติกรรมและรูปแบบการดำรงชีวิต

2.1.2 ทัศนคติและแนวคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น

2.1.2.1 กลุ่มสมาชิก (Membership groups) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงกับนักท่องเที่ยว

2.1.2.2 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งพบปะกันอย่างต่อเนื่องแบบไม่เป็นทางการ

2.1.2.3 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มศาสนา เพื่อนร่วมอาชีพหรือร่วมสถาบัน กลุ่มการค้า ซึ่งจะติดต่อกันแบบเป็นทางการ และมีความต่อเนื่องน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.1.2.4 กลุ่มที่ใฝ่ฝัน (Aspiration groups) หมายถึง กลุ่มที่บุคคลปรารถนาที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกด้วยหรือต้องการนำมาเป็นแบบอย่าง เช่น กลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง นักร้อง นักกีฬา เป็นต้น

2.1.2.5 กลุ่มที่ไม่พึงประสงค์ (Dissociation groups) หมายถึง กลุ่มที่บุคคลไม่ปรารถนาที่จะเกี่ยวข้องกับตัว ซึ่งกลุ่มที่ไม่พึงประสงค์สำหรับบุคคลหนึ่งอาจเป็นกลุ่มที่ใฝ่ฝันสำหรับอีกบุคคลหนึ่งก็ได้

2.2 ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางสายเลือด การแต่งงานหรือการรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ด้วยกัน (Etzel, Walker & Stanton, 2007, p. 671) ครอบครัว ประกอบด้วย

บิดา มารดา และพี่น้อง ซึ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลมากที่สุด โดยทั่วไปแล้วคนที่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน หรือคู่สามีภรรยา มักจะมีความสนใจที่คล้ายคลึงกัน แต่ก็ไม่เสมอไป เพราะนอกจากครอบครัวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดความสนใจของบุคคลอีก เช่น เพศ และ อายุ เป็นต้น

2.3 บทบาทและสถานภาพ (Role and statuses) บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ซึ่งบุคคลมักจะเลือกซื้อบริการที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะในสังคมของตนได้

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. อายุ (Age) กลุ่มอายุ ประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี, และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งกลุ่มอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการ และความสนใจที่แตกต่างกัน

2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle: FLC) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนจะมีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงิน และความสนใจของแต่ละบุคคล

3. อาชีพ (Occupation) อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจและชั้นสังคมของบุคคล นักธุรกิจมีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เช่น การเข้าร่วมการประชุม การเจรจาการค้า เป็นต้น

4. สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) สถานภาพทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ การออม อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่าย

5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริการเพิ่มเติมจากแหล่งต่างๆ มีการเปรียบเทียบราคากับคุณภาพ มีการตรวจสอบประวัติความเป็นมาและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ตลอดจนมีการเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่ให้บริการอย่างเดียวกัน แล้วจึงตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด กลุ่มนี้จะตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผล และไม่ยอมให้ใครมาเอาเปรียบ

6. ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and Lifestyle: VALs) ค่านิยม (Value) หมายถึง ความคิดและความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรม หรือทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) เป็นอุปนิสัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

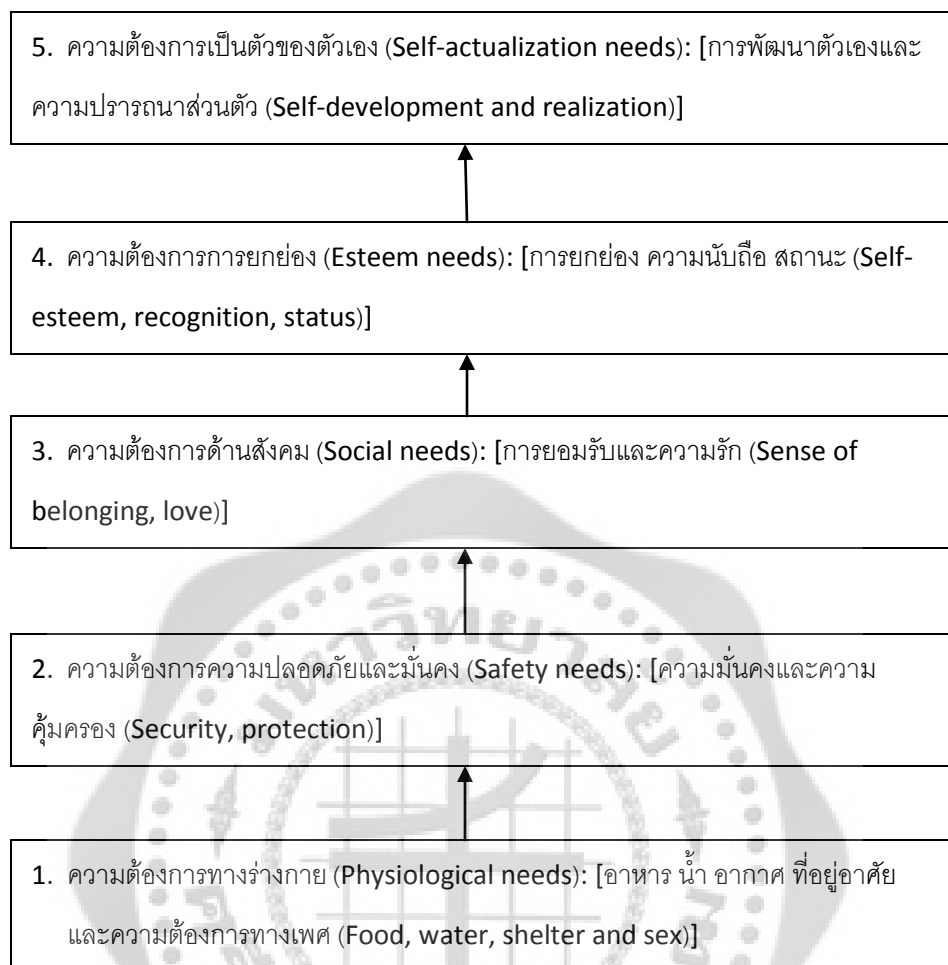
ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. การจูงใจ (Motivation) เป็นความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายใน ทำให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้ยังอาจได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นสังคม หรือเครื่องมือทางการตลาด เป็นต้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ทั้งความต้องการด้านร่างกายและความต้องการด้านจิตวิทยาต่าง ๆ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมติฐานขั้นพื้นฐานดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่สิ้นสุด
2. ความต้องการแต่ละประเภทจะมีความสำคัญแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้
3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะมีความต้องการในขั้นอื่นต่อไป

ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญจากต่ำไปสูงไว้ 5 ระดับ ดังนี้



1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สนุกสนานเพลิดเพลิน หลีกหนีความสับสนวุ่นวาย ความจำเจ หรือ บำบัดรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety needs) เป็นความต้องการในระดับที่สูงกว่าความต้องการเพื่อการอยู่รอด เช่น ความต้องการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะหรือเป็นที่ยอมรับทางสังคม

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือและสถานะทางสังคม

5. ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (Self-actualization needs) เป็นการพัฒนาตัวเองและความปรารถนาส่วนตัว (Self-development and realization) ความต้องการพึงพอใจส่วนบุคคล ความสามารถในการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการได้รับชัยชนะหรือมีความเหนือกว่าบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และต้องการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

2. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลมีการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาต และได้รู้สึก เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา (Schiffman & Kanuk, 2007, p. G-8) การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ และปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น ซึ่งจะมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันใน แต่ละบุคคล จึงทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันในสิ่งเร้าที่เหมือนกัน

3. การเรียนรู้ (learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ (Etzel, Walker & Stanton, 2007, p. 673) การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง ซึ่งเราเรียกว่า ทฤษฎีสิ่งกระตุ้น -การตอบสนอง [Stimulus-Response (SR) theory]

4. ความเชื่อถือ (Beliefs) หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler & Keller, 2009, 783) อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการที่ดีจะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ไว้วางใจ เชื่อถือ บอกต่อถึง การบริการในแง่ดี ตลอดจนกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5. ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกด้านอารมณ์ (ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ) หรือแนวโน้มการปฏิบัติของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ปรับปรุงจาก Kotler & Keller, 2009, p. 783) องค์ประกอบในการเกิดทัศนคติ 3 ประการ ประกอบด้วย

5.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) เป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ การรับรู้ และความเชื่อถือที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Assale, 2004, p. 598) ซึ่งก็คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการทางการท่องเที่ยวนั่นเอง



5.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภค หรือเป็นความพึงพอใจและไม่พึงพอใจที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Assale, 2004, p. 609) ซึ่งก็คือความรู้สึกที่มีต่อบริการทางการท่องเที่ยวนั่นเอง

5.3 ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component) หมายถึง แนวโน้มการกระทำของผู้บริโภคที่เกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น (Solomon, 2007, p. 621) ทำให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีผลต่อบริการทางการท่องเที่ยว

6. บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่คงที่และสอดคล้องกัน (Kotler & Keller, 2009, p. 197) บุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้

7. แนวคิดของตนเอง (Self concept) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือเป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลอื่นมีต่อตน ประกอบด้วย

7.1 แนวคิดที่แท้จริงของตนเอง (Real self) หมายถึง ความคิดที่บุคคลมีต่อตนเองที่แท้จริงของตน ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่บุคคลต้องการ

7.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้ตนเป็นเช่นนั้น บุคคลจึงมักทำให้พฤติกรรมของตนสอดคล้องกับความคิดในอุดมคติ

7.3 แนวคิดที่ต้องการให้บุคคลอื่นหรือสังคมมองตัวตนที่แท้จริง (Real other) หมายถึง บุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่าบุคคลอื่นหรือสังคมมองว่าตัวตนของตนเป็นอย่างไร

7.4 แนวคิดที่ต้องการให้บุคคลอื่นหรือสังคมคิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ (Ideal other) เป็นสิ่งที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่นหรือสังคมคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง

## 2.2 ปัจจัยจูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 139-141) กล่าวว่า ปัจจัยที่จูงใจสำคัญให้คนนับล้านๆคนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆกัน มี 8 ประการดังต่อไปนี้

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านั้น
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆในตัวเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นว่าการได้เดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต
3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิด ขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง
4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยวแล้ว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น
5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ในเขตนานาชาติกับในเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร
6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมากถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาทำความรู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขา รู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับในตัวเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H. Maslow ที่ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม
7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกๆแตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไป ก่อนญาติมิตร ถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะไป เพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่นทำธุรกิจ เข้าร่วมประชุม เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม

### 2.3 ปัจจัยที่ไม่จูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 141-142) กล่าวว่า ปัจจัยที่ไม่จูงใจให้ไม่อยากจะเดินทางท่องเที่ยวหรือบางคนก็ไม่มีความคิดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดเลย มี 6 ประการดังต่อไปนี้

1. เสียหายเงิน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวต้อง มีค่าใช้จ่ายสูง จึงรู้สึกเสียตังเงินที่จะต้องเสียไป
2. ไม่มีเวลา มีคนจำนวนมากที่ไม่มีเวลาไปท่องเที่ยว เนื่องจากไม่สามารถทำงานหรือธุรกิจที่รับผิดชอบอยู่ได้
3. ความรับผิดชอบทางครอบครัว คนที่มีบุตรเล็กๆ มักจะไม่ได้ไปท่องเที่ยวเพราะไม่มีใครช่วยเลี้ยงดู แม้ว่าจะสามารถนำบุตรร่วมเดินทางไปด้วยได้ แต่ก็เกิดความไม่สะดวกหลายประการ และบางคนที่ไม่นำบุตรเดินทางไปด้วย ก็จะมีห่วงกังวลถึงบุตร ทำให้ไม่มีความสุขในการเดินทางท่องเที่ยว
4. ข้อจำกัดทางร่างกาย บางคนอาจมีสุขภาพไม่แข็งแรงหรือมีความพิการส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย จะทำให้ไม่สะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ความชราภาพก็เป็นอุปสรรคในการเดินทางด้วยเช่นกัน
5. ไม่เกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว คือไม่คิดไม่สนใจที่จะหาความสนุกสนานจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมความงามทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม
6. เกิดความกลัวไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว บางคนกลัวในสิ่งที่ยังไม่รู้ไม่เห็นในต่างแดน เช่น กลัวอุบัติเหตุ กลัวถูกหลอกหลวง เป็นต้น ทำให้ไม่กล้าเดินทางไปท่องเที่ยวต่างถิ่น

### 2.4 สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนออน (2552: 134-137) การพิจารณาจักกลุ่มของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาจพิจารณาโดยใช้หลักเกณฑ์หรือแนวทางในการจัดกลุ่มได้ในหลายวิธี ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกและเชิงลบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดในการจัดกลุ่มปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
  - รายได้ของประชากร

- ความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายเงิน การแลกเปลี่ยนเงินตรา
- อัตราภาษีอากร ภาษีศุลกากร
- นโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาล
- กลุ่มเศรษฐกิจ ความคุ้มค่าในการเดินทางของประเทศใกล้เคียง
- ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ความคุ้มค่าในการเดินทางของประเทศใกล้เคียง
- ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ราคาพลังงาน น้ำมัน
- นโยบายการค้าเสรีระหว่างประเทศ

2. ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- ความแปลกใหม่ เหมือนหรือแตกต่างทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี คติธรรม
- ทศนคติในแบบแผนการดำเนินชีวิตของประชาชน ความเป็นปัจเจกบุคคลมีมากขึ้น การซื้อเฟื่องเกจทัวร์จะน้อยลง
- โครงสร้างอายุของประชาชน
- ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่
- ปัญหาความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การก่อการร้าย
- การแบ่งแยก การเหยียดสีผิว
- ปัญหายาเสพติด
- ปัญหาโสเภณีและการใช้แรงงานเด็ก

3. ปัจจัยทางด้านการเมืองที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย
- เสถียรภาพทางการเมือง และเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล
- นโยบายของรัฐบาล

4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- ภูมิประเทศ
- ภูมิอากาศเอื้ออำนวย สวยงาม เกิดภัยธรรมชาติ ช่วงหน้า Low/High Season
- ทรัพยากรธรรมชาติ

5. ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
- โครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยวสะดวกสบาย รวดเร็ว ถนนหนทาง มีสายการบินตรงราคาถูก

#### บินตรงราคาถูก

- การให้ข้อมูลข่าวสารการเดินทางท่องเที่ยว คำแนะนำและประกาศของรัฐบาล
- การพัฒนาและให้บริการเดินทาง และคมนาคมขนส่ง มีสายการบินต้นทุนต่ำ มีการพัฒนาเครื่องบินให้ชนคนได้มากขึ้น พัฒนาเครือข่ายพาหนะให้มีความเร็วสูง
- การบริการนำเที่ยว
- การบริการมัคคุเทศน์ครบถ้วน
- การบริการสถานที่พักผ่อน
- การบริการภัตตาคาร ร้านอาหาร
- การบริการสินค้า และของที่ระลึก
- การบริการให้ความบันเทิง
- ระบบบริการให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- มาตรฐานการให้บริการของพนักงาน
- การให้บริการด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีอาหารฮาลาล และห้องละหมาดให้

#### ชาวมุสลิม

6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
- ความสวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
  - ความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
  - ความอยากรู้อยากเห็นและเข้าไปมีส่วนร่วม ร่วมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณี วิถีชีวิต

#### วัฒนธรรม กิจกรรมการแสดง

- ความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว
- ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาค
- มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นที่ยอมรับ เช่น มีมรดกโลก มีสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เป็นต้น

7. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- การเข้าถึงระบบข้อมูลข่าวสาร หรือสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว
- เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ
- บุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การประกาศ/เตือนนักท่องเที่ยว (Travel Advisory)

8. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ได้แก่

- สินค้าทางการท่องเที่ยว
- กลุ่มลูกค้า
- การกำหนดราคาสินค้า /การ เปรียบเทียบราคา /ราคาต่ำโดยสาร  
เครื่องบินถูกลง
- ช่องทางการนำเสนอขายแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- การประชาสัมพันธ์สินค้าทางการท่องเที่ยว
- การติดตามประเมินผลทางการตลาดการท่องเที่ยว
- นโยบายส่งเสริมสนับสนุนในคนเดินทางท่องเที่ยว

9. ปัจจัยด้านข้อจำกัดของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ได้แก่

- การศึกษา
- รายได้
- อายุ สุขภาพ
- บุคคลิกภาพ
- วัน เวลาว่าง
- อิทธิพลของคนใกล้ชิด ผู้นำความคิด ครอบครัว
- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางครอบครัว
- การรับรู้ การเรียนรู้ ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องส่วนประสมทางการตลาด

#### 3.1 อุตสาหกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการตลาด

การตลาด (Marketing) คือกระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันเพื่อผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย (Maxwell, 1983, 51)

การตลาดเป็นเสมือนสะพานระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งเป็นการให้ความหมายในแง่ของหน้าที่ผู้ผลิต หากมองการตลาดในแง่ที่เป็นกิจกรรมที่มีอิทธิพล มีบทบาทในการคิดตัดสินใจ ”การตลาด” อาจหมายถึงกิจกรรมต่างๆในการศึกษาวิจัยความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น (Ryan, 1981, 1)

อีกความหมายหนึ่ง การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการทางสังคมและการจัดการ อันทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่จำเป็นและต้องการโดยอาศัยการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณค่าต่างๆ (Kotler and Armstrong, 1999, 5)

#### 3.2 ลักษณะของตลาดที่เกี่ยวข้อง

ตลาดที่เกี่ยวข้องมีความแตกต่างจากตลาดสินค้าทั่วไปในหลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกทางการตลาด (Marketing Environment) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือคุณสมบัติพิเศษของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้อง ดังจะได้พิจารณาในแต่ละด้านตามลำดับดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมภายนอกทางการตลาด (Marketing Environment) หรือ “สิ่งแวดล้อมภายนอก” (External Environment) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือ อาจจะเรียกว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable) ซึ่งมีทั้งหมด 6 ปัจจัย คือ การแข่งขัน (Competition) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Legislation and Regulation) เศรษฐกิจ (Economic) เทคโนโลยี (Technology) สังคมและวัฒนธรรม (Societal and Cultural) และธรรมชาติ (Natural) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การแข่งขัน (Competition) เป็นลักษณะการแข่งขันทั้งในด้านจำนวนและขนาดองค์กร มีองค์การเกิดใหม่และปรับปรุงขยายขนาดองค์กรมากขึ้น ซึ่งจริงๆ แล้วเป็นสิ่งธรรมดามากในทุกอุตสาหกรรม แต่ สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาการแข่งขันจะสูงกว่า เช่น การลอกเลียนแบบ เมื่อสายการบินหนึ่งเริ่มจัดทำโครงการสะสมไมล์สำหรับผู้เดินทางบ่อยครั้ง (Mileages Frequent Flyer Program) สายการบินอื่นก็เริ่มโครงการเช่นนั้นด้วยทันที เพียงแต่ข้อกำหนดรายละเอียดปลีกย่อยอาจจะไม่เหมือนกัน

ลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

1.1.1 การแข่งขันโดยตรง (Direct Competition) เป็นการแข่งขันกันด้านสินค้าและบริการชนิดเดียวกันและกลุ่มลูกค้าก็เป็นกลุ่มเดียวกัน

1.1.2 การแข่งขันที่เกิดจากสิ่งทดแทน (Substitute Services) เป็นสิ่งทดแทนที่เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น การประชุมสัมมนาโดยไม่ต้องเข้าร่วมประชุมในที่เดียวกัน แต่ใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย

1.1.3 การแข่งขันโดยทางอ้อม (Indirect Competition) ได้แก่ การเพิ่มสินค้าและบริการให้เป็นพิเศษ การรับชำระเงินแบบผ่อนส่งรายงวด

1.2 กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Legislation and Regulation) ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งแวดล้อม กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของรัฐมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม รวมทั้งการขึ้นราคาหรือการลดราคา ค่าโดยสารของสายการบิน ฯลฯ

1.3 เศรษฐกิจ (Economic) การขึ้นอัตราดอกเบี้ย การว่างงาน และวิกฤตด้านพลังงาน ล้วนเป็นสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ถ้าราคาน้ำมันดิบโลกมีราคาสูงกว่าบารเรลละ 80 เหรียญสหรัฐ จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของสายการบินสูงขึ้นและต้องปรับอัตราค่าโดยสารเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้สภาวะการณ์การท่องเที่ยวชะลอตัวเอง

1.4 เทคโนโลยี (Technology) ในแง่ของผู้ผลิต เทคโนโลยีช่วยพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าเดิม เช่น โรงแรมฮอลิเดย์อินน์ (Holiday Inn)



เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมที่พักแรม โดยนำดาวเทียมและวีดิทัศน์มาใช้ในการจัดประชุม โรงแรมแลนด์มาร์ก กรุงเทพฯ (The Landmark Hotel) เป็นโรงแรมในประเทศไทยที่มีระบบออนไลน์ทุกห้องเมื่อปี พ.ศ. 2536 เป็นต้น ในแง่ของผู้บริโภค เทคโนโลยีช่วยลดเวลาในการทำงานบ้านได้มากขึ้น ทำให้คนมีเวลาเพิ่มขึ้นที่จะออกไปหาความสำราญนอกบ้านหรือเกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

1.5 สังคมและวัฒนธรรม (Societal and Cultural) สังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น ยุคนี้เป็นยุคของสิทธิสตรี สตรีออกทำงานนอกบ้านมากขึ้น หนุ่มสาวรุ่นใหม่ซึ่งเป็นผู้มีการเปลี่ยนแปลง ชอบศึกษาค้นหาตัวเอง รักธรรมชาติ จะเลือกใช้สินค้าที่ใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด

1.6 ธรรมชาติ (Natural) โดยปกติธรรมชาติมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น ฝนตก ฟ้าร้อง พายุ ฯลฯ ธรรมชาติเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถควบคุมได้ บางครั้งธรรมชาติเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น กรณีธรณีพิบัติภัยเกิดคลื่นยักษ์ สึนามิเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 ในหลายประเทศของมหาสมุทรอันดามัน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างมากส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2548 ลดลง

2. ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ (Controllable Factors) ส่วนผสมทางการตลาดคือ องค์ประกอบต่างๆที่นำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาดของการตลาดการท่องเที่ยวมีทั้งหมด 8 อย่างด้วยกันดังนี้ คือ สินค้าและบริการ (Product or Service), ราคา (Price), สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Chanel), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), คน (People), หีบห่อหรือรายการสำเร็จรูป (Packaging), โปรแกรม (Programming), หุ้นส่วน (Partnership)

จากส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 8 อย่างในที่นี้ ผู้วิจัยขอยกมาเพียงแค่ 4 อย่าง ซึ่งได้นำมาใช้ในการทำวิจัย คือ

2.1 สินค้าและบริการ (Product or Service) หมายถึง สินค้าและบริการต่างๆที่ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างท่องเที่ยว ฯลฯ สินค้าและบริการมีอยู่ 2 ประเภท คือ

2.1.1 สินค้าหรือทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ ชายหาด พรรณไม้ สัตว์ เป็นต้น

2.1.2 สินค้าหรือทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ วัด พิพิธภัณฑ์ ประเพณี

การเล่นพื้นเมือง การบริการสถานที่พัก ร้านอาหาร สาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐานต่างๆ เป็นต้น

2.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของสินค้าและบริการในรูปของตัวเงินหรือสิ่งที่ต้องการจ่ายสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกันจากราคาสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มักจะตั้งราคาขายเพื่อแสดงภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณค่าของสินค้าและบริการในสายตาหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกเหนือจากการตั้งราคาขายโดยคำนวณจากต้นทุนในการผลิต ตั้งราคาตามอุปสงค์ (Demand) ของตลาด หรือตั้งราคาโดยใช้ราคาของคู่แข่งชั้นเป็นเกณฑ์ ดังนั้น ราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจึงเปลี่ยนแปลงเร็วและอาจจะแพงกว่าสินค้าทั่วไป

2.3 สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Chanel of Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ช่วยเก็บรักษา ดูแล คลังสินค้า และกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและสะดวก ซึ่งประกอบด้วยองค์กรต่างๆทั้งในและนอกระบบการท่องเที่ยว เช่น บริษัทจำหน่ายเที่ยว สายการบิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ความรู้ และการเกิดพฤติกรรมซื้อ โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น พนักงานขาย โฆษณา ฯลฯ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ดีที่สุดและเร็วที่สุด

3. มีคุณสมบัติและคุณลักษณะเฉพาะ (Unique Characteristics of Tourisms Service) สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะและคุณสมบัติพิเศษ ดังนี้

3.1 เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) สินค้าทั่วไปสามารถจับต้องได้ สัมผัสได้ บางอย่างทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อได้โดยไม่ต้องเสียค่าบริการ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า ฯลฯ แต่สินค้าและบริการท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ เพราะสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจะอยู่ในรูปของความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ เช่น ความอร่อยในรสชาติกาแฟ ไม่สามารถทดลองดื่มก่อน

ตัดสินใจซื้อได้ (เว้นแต่จะจ่ายบริการหรือร้านค้าแพฟให้ที่มกาแพฟรี เพื่อส่งเสริมการขาย ) ดังนั้น ผู้บริโภคจะรู้จักสินค้าและบริการนั้นได้ด้วยประสบการณ์หรือการบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้มาก่อน

3.2 เป็นสินค้าที่เก็บรักษาไว้ไม่ได้ (*Perish ability*) สินค้าทั่วไป เมื่อมีสินค้าเหลือจะเก็บรักษาไว้ขายครั้งใหม่ได้ ดังนั้นรายได้ที่เข้ามาก็ยังเป็นยอดคงเดิมตามที่ผลิตไว้ สินค้าทั่วไปจึงต้องมีคลังเก็บสินค้า (Warehouse) แต่สินค้าบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้หากในวันขายไม่ได้หรือไม่หมด เช่น ห้องพักรว่างในวันนั้น หรือสายการบินเที่ยวบินนั้นยังมีที่นั่งว่างอยู่ หมายถึง สูญเสียรายได้ เพราะสินค้ายังคงเหลืออยู่ เป้าหมายรายรับที่ตั้งไว้ไม่บรรลุผล

3.3 เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคต้องเกี่ยวข้งกันตลอดเวลา (*Inseparability*) เป็นสินค้าและบริการท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ (*Relationship*) ความพึงพอใจ (*Satisfaction*) และความรู้สึกที่ดี (*Good Impression*) ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ

3.4 สินค้าและบริการแปรผันได้ (*Variability*) ไม่สามารถสร้างมาตรฐานหรือทำให้มีคุณลักษณะเหมือนกันทุกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับคน ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ขาย จนถึงผู้ซื้อ และเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าที่มีผลต่อผู้ซื้อและผู้ขายทางด้านจิตใจ คนแต่ละคนมีความต้องการ ความคิด ความชอบ (*Needs*) ต่างกัน และพฤติกรรมแสดงออกของคนจะเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ด้วย จึงเป็นการยากที่จะรักษาหรือควบคุมมาตรฐานหรือทำให้มีคุณลักษณะเหมือนกันทุกครั้ง นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตมีผลเกี่ยวเนื่องไปถึงต้นทุนค่าใช้จ่าย (*Cost Determination*) ผันแปรไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆในขณะนั้น เช่น เวลา สถานที่ และลักษณะของสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ (Morrison, 1989, 27-32)

### 3.3 ส่วนประกอบของตลาดท่องเที่ยว

ตลาดท่องเที่ยวมีส่วนประกอบเหมือนตลาดสินค้าทั่วไป ประกอบด้วยผู้ผลิต (*Producer*) สินค้า (*Product*) และผู้ซื้อ (*Buyer*) แต่รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ดังนี้

1. ผู้ผลิต (*Product*) ผู้ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายกลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มผู้ผลิตในภาคเอกชน

1.1.1 ผู้ผลิตด้านที่พัก เช่น โรงแรม บังกะโล ฯลฯ

1.1.2 ผู้ผลิตด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ร้านอาหาร บาร์ ร้านกาแฟ ฯลฯ

1.1.3 ผู้ผลิตด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวต่างๆ

1.1.4 ผู้ผลิตด้านการขนส่ง เช่น สายการบิน บริษัทเดินรถ

1.1.5 ผู้ผลิตด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สวนผีเสื้อวนอุทยาน ฯลฯ

1.1.6 ผู้ผลิตสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตของที่ระลึก สวนสนุก ฯลฯ

กลุ่มผู้ผลิตภาคเอกชนมีบทบาทในการจัดการนำเสนอสินค้าและบริการที่คาดว่าจะ เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ผลิต และสร้างความพึงพอใจให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อบริการของตนโดยเฉพาะ ในทันที เช่น ภูเก็ตแฟนตาซีนำเสนอรายการการแสดงให้นักท่องเที่ยวเลือกเพิ่มขึ้นรวม 3 ชุด เพื่อเป็น ทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เป็นต้น

1.2 ผู้ผลิตภาครัฐบาล เป็นผู้ผลิตในระดับประเทศ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น ผู้ผลิต ภาครัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นผู้วางนโยบาย ออกกฎหมายและข้อกฎหมายที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าและบริการที่รัฐบาล ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละปีผ่านสื่อและช่องทางการจัดจำหน่ายทุกช่องทาง เช่น ปี พ .ศ. 2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยวางกลยุทธ์การตลาดในต่างประเทศเจาะกลุ่มเป้าหมายประเภท กอล์ฟ ดำน้ำ สุขภาพ ฮันนีมูน ศาสนา เรือ ออร์ช การศึกษา (นักศึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัย ) โดยมุ่ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามัน เป็นต้น

2. สินค้า (Product) กระบวนการผลิตและการบริการสินค้าต่างๆไปจะเสร็จสิ้นในขั้นตอนเดียว ไม่ยุ่งยาก ผู้บริโภคสามารถบริโภคเป็นหน่วยได้ แต่สินค้าท่องเที่ยวต้องอาศัยผู้ผลิตหลายส่วนประกอบ กัน (ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Cluster)) ผู้บริโภคจึงจะได้รับสินค้าและบริการ ที่ครบถ้วนตามต้องการ เช่น ทัวร์ล่องแก่ง ประกอบด้วย ผู้จัดการรายการนำเที่ยว วนอุทยาน หรือ อุทยาน หรือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ชาวบ้านในท้องถิ่น เป็นต้น

## สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) คือสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ประเภทต่างๆ เทศกาลงานประจำปี ฯลฯ

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อเข้าถึงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ได้แก่

2.2.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) คือ ปัจจัยพื้นฐานทุกด้าน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง ท่าอากาศยาน ชุมชนเมือง ฯลฯ

2.2.2 โครงสร้างพิเศษ (Superstructure) คือ ปัจจัยที่เพิ่มความความสะดวกสบายและมีทางเลือกที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ศูนย์การค้า ฯลฯ

2.2.3 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (Safety) ความปลอดภัยในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญและเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคนตั้งแต่ออกเดินทางท่องเที่ยว จนกระทั่งสิ้นสุดลง (ทฤษฎีความต้องการขั้นที่ 2 ของมาสโลว์ (Maslow))

2.3 วิถีชีวิต (Way of life) ลักษณะรูปแบบชีวิตความเป็นอยู่ ความเป็นมิตรไมตรี และความโอปอ้อมอารีของคนในประเทศที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ฯลฯ สิ่งเหล่านี้สร้างความรู้สึกอบอุ่น และรู้สึกเข้ากันได้กับสังคมอื่นที่ตนเองไม่คุ้นเคย นั่นคือ ความต้องการของมนุษย์ทุกคนที่ต้องการเข้าสังคม ต้องการการยอมรับ (ทฤษฎีความต้องการขั้นที่ 3 ของมาสโลว์ (Maslow))

3. ผู้ซื้อ (Buyer) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผู้ซื้ออยู่ 2 ประเภท คือ

3.1 ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) ในที่นี้ผู้วิจัยได้อธิบายไว้แล้วในทฤษฎีของตน

3.2 กลุ่มผู้ซื้อประเภทองค์กร (Organization Market) เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้ซื้อเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับตนเอง กลุ่มนี้มีสิทธิ์ในการตัดสินใจและจัดการซื้อให้บุคคลอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มผู้จัดประชุม (Convention Organizer) กลุ่มผู้จัดหารางวัลให้พนักงานหรือตัวแทนขาย (Incentive Travel Organizer) ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อประเภทนี้ เรียกว่า “กลุ่มอุตสาหกรรม”

กลุ่มผู้ซื้อนี้มีจำนวนไม่มาก แต่มีพลังอำนาจในการต่อรองสูงกว่า เช่น โรงแรมเป็นผู้ผลิตห้องพัก สถานที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ที่เป็นผู้ซื้อประเภทองค์กร ถ้าบริษัททัวร์รายนั้นมีลูกค้ามากตลอดทั้งปี บริษัททัวร์ก็จะมีอำนาจในการต่อรองการซื้อ /ขายสูงกว่าราคาสินค้าและบริการ สิทธิพิเศษที่จะได้รับก็มากกว่าบริษัททัวร์อื่นๆ เป็นต้น

### 3.4 การจัดการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Management)

การจัดการปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด คือ การจัดการกับตัวแปรทางการตลาดสำคัญที่องค์กรต้องการควบคุมและใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีวิธีการจัดการดังนี้

**1. การจัดการสินค้า (Product Management)** การจัดการสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทำให้สามารถผลิตสินค้าให้สอดคล้องหรือตรงตามความต้องการของผู้ซื้อได้มากที่สุด

ระดับของสินค้าแบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่

1.1 สินค้าหลัก (Core Product) ได้แก่ ประโยชน์หรือมูลค่าเพิ่มที่แท้จริงของลูกค้าที่ต้องการ เช่น ห้องพักในโรงแรมที่สะอาด สะดวกสบาย และปลอดภัย

1.2 สินค้าในสภาพปัจจุบัน (Actual Product) ได้แก่ สินค้าที่มีคุณสมบัติ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ รูปลักษณ์ การออกแบบ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

1.3 ส่วนควบของสินค้า (Augmented Product) ได้แก่ ส่วนประกอบเพิ่มเติมที่ทำให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น คู่มือการใช้งาน ผลประโยชน์เพิ่มเติมที่ลูกค้าได้รับ อาทิ การประกันความเสียหายหรือการรับประกันซ่อมบำรุง เป็นต้น

การจัดการสินค้ามีหลายรูปแบบ ได้แก่

1. จัดการกับตราห้อยของสินค้า คือ การพิจารณาตราห้อยสินค้าแต่ละชนิดว่าจะใช้ตราห้อยใด เช่น ใช้ตราห้อยสำหรับสินค้าทุกประเภทของบริษัท ไม่ว่าจะเป็สินค้าประเภทใด ได้แก่ บริษัทโซนี่ จำกัด ใช้ตราห้อยโซนี่เป็นต้น

2. พัฒนาสินค้าใหม่ๆที่น่าสนใจและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปได้ อย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อปี ค .ศ. 2000 กลุ่มบริษัทซ้อยส์ไฮเต็ล เป็นรายแรกของโลกที่นำระบบการจ้อง ห้องพักไร้สายผ่านคอมพิวเตอร์แบบพกพาให้บริการแก่ลูกค้า

สิ่งที่ควรพิจารณาในการจัดสินค้า ๑ ได้แก่

1. ลักษณะของสินค้าในขณะนั้น คือ พิจารณาสภาพที่แท้จริงของสินค้า เช่น เป็น สินค้าเก่า (Existing Product) หรือเป็นสินค้าใหม่ (New Product)

2. วงจรชีวิตของสินค้าในขณะนั้น (Product Lift Cycle) วงจรชีวิตของสินค้าเป็น ขั้นตอนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง รายได้จากการขายและกำไรของสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2546 , 179- 180) เช่น ช่วงแนะนำ (Introduction) หรือช่วงตกต่ำ (Decline) ฯลฯ จะทำให้สามารถ กำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

2.1 การจัดการสินค้าใหม่ (New Product) การสร้างสินค้าใหม่ทางการท่องเที่ยว เช่น โครงการ Unseen Thailand หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น สายการบินนกแอร์ เปิด เส้นทางการบินใหม่ สินค้าเหล่านี้จะอยู่ในวงจรชีวิตช่วงแนะนำ (Introduction Product Life Cycle) การ ดำเนินงานจึงเป็นไปในลักษณะสร้างความรู้จัก สร้างความจดจำ หรือสร้างภาพของสินค้าให้กับผู้บริโภค การดำเนินงานเพื่อหวังผลกำไรในช่วงนี้จึงเป็นไปได้ยาก

2.2 การจัดการสินค้าที่มีอยู่แต่เดิม (Existing Product) แบ่งได้เป็นสินค้าที่อยู่ใน ลักษณะเติบโต สินค้าที่อยู่ในขั้นคงตัว และสินค้าที่อยู่ในขั้นตกต่ำ การจัดการสินค้าเหล่านี้จะแตกต่างกัน ไปตามลักษณะของสินค้า คือ

2.2.1 สินค้าในขั้นเติบโต (Growth) สินค้าประเภทนี้ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการจัดการสินค้าทำเพื่อเพิ่มอัตราการเติบโตของสินค้า ให้มากขึ้น เพิ่มสัดส่วนการถือครองตลาดให้มากขึ้นพยายามรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และพยายามขยายไปยังกลุ่ม ลูกค้าใหม่

2.2.2 สินค้าในขั้นคงตัว (Maturity) สินค้าประเภทนี้ ได้แก่ สินค้าที่มียอดขาย ไม่เพิ่มขึ้น จึงควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้า เพิ่มบริการทางด้านอื่นๆให้มากขึ้น เช่น ให้เครดิต เปลี่ยน

ภาพพจน์ หรือรูปแบบของสินค้าใหม่ เป็นต้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดลูกค้าเดิมไว้ และจำเป็นต้องขยายไปสู่กลุ่มใหม่ๆ ด้วย เช่น โรงแรมเพิร์ลวิลเลจ จังหวัดภูเก็ต ขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มผู้จัดประชุม ฯลฯ

2.2.3 สินค้าอยู่ในขั้นตกต่ำ (Decline) ในกรณีที่สินค้าไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งของตลาดไว้ได้ หรือยอดขายลดลงตลอดเวลาจนกระทั่งถึงขั้นที่ยอดขายต่ำกว่าต้นทุนแปรผัน จำเป็นต้องทิ้งสินค้าตัวนั้นหันไปสร้างตัวใหม่

**2. การจัดการด้านราคา (Price Management)** ราคา หมายถึง มูลค่าของเงินที่ลูกค้าแลกเปลี่ยนกับสินค้า หรือแลกเปลี่ยนกับมูลค่าที่เพิ่มขึ้นที่ลูกค้าพึงพอใจ ราคาของสินค้าประกอบไปด้วยราคา 2 ตัว คือ

1. คุณค่าที่เป็นจริง (Real Value) คือ ราคาสินค้าตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งอาจจะ เป็นมูลค่าหรือต้นทุนของการผลิตสินค้านั้น

2. คุณค่าทางกายภาพ (Physical Value) เป็นราคาที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึก ภูมิใจในสินค้านั้น เช่น กระเป่ายี่ ห้อหลุยส์วิตตอง ผู้บริโภคต้องกา รเป็นเจ้าของ เพราะเป็นตรายี่ห้อที่มี ชื่อเสียงก้องโลก ซึ่งเป็นราคาที่เป็นคุณค่าจริงอาจต่ำกว่ามูลค่าที่ขายก็ได้ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า ได้แก่

1. ต้นทุนของสินค้า คือ ราคาหรือต้นทุนที่ประกอบขึ้นมาเป็นสินค้า เช่น ราคา ค่าอาหาร คือ ค่าวัตถุดิบ ค่าแปรสภาพจากวัตถุดิบเป็นสินค้า (ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า ฯลฯ) ค่าเสียหุ้ยการผลิตต่างๆประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร ค่าหีบห่อ เป็นต้น ซึ่งหากมีต้นทุนสูงขึ้น ราคาขายที่กำหนดก็ต้องสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

2. ความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ปริมาณความต้องการสินค้า หากความต้องการสูง มาก ก็สามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้นได้

3. ราคาของคู่แข่งในสินค้าชนิดเดียวกัน บางครั้งการกำหนดราคาขายสินค้าเราไม่สามารถกำหนดเองได้ เนื่องจากสภาพการแข่งขันสูงหรือไม่ได้เป็นผู้นำตลาด ดังนั้น การกำหนดราคา



อาจต้องอิงกับราคาที่มีการซื้อขายในปัจจุบัน การกำหนดราคาโดยตลาดเช่นนี้บางครั้งอาจทำให้กิจการขาดทุนได้

4. ราคาของสินค้าทดแทน หมายถึง ในกรณีที่มีสินค้าอื่นทดแทนได้ ซึ่งบางครั้งอาจเป็นสินค้าที่ทดแทนไม่สมบูรณ์หรือทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ก็ตาม ก็มีผลต่อการกำหนดราคาขายของสินค้าของธุรกิจได้ หากสินค้าหรือบริการของกิจการมีราคาสูงมากเกินไป ลูกค้ายหรือผู้บริโภคอาจหันไปใช้สินค้าทดแทน (สุดาตวง เรื่องธุรกิจ, 2538, 76-78)

แนวทางการกำหนดราคาสินค้ามีสิ่งที่จะต้องนำมาพิจารณาดังนี้

1. ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคมีหลายระดับแตกต่างกันทั้งทางด้านกายภาพ เช่น ระดับอายุ อาชีพ รายได้ สถานะทางสังคมต่าง ๆ แตกต่างกันด้านจิตวิทยา เช่น ต้องการคุณภาพของบริการ ไม่สนใจเรื่องราคา ได้แก่ ผู้บริโภคในกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง อ่อนไหวง่ายต่อราคา การเพิ่มหรือลดราคาอาจจะมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าได้

2. วัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดและเพิ่มยอดขาย ซึ่งบางครั้งทั้งสองวัตถุประสงค์ไปด้วยกันได้ยาก ในทางที่เป็นไปได้ คือ ต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ที่เป็นไปได้ที่สุดในสถานการณ์ขณะนั้น แล้วใช้กลยุทธ์ราคาผสมผสานกับกลยุทธ์ด้านอื่นๆ เพื่อผลในระยะยาว เช่น บริษัทการบินไทยต้องการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ขยายส่วนถือครองตลาด โดยใช้นโยบายราคาต่ำบางเที่ยวบิน เฉพาะวันที่กำหนดเท่านั้น หรือลดราคาสำหรับผู้โดยสารสูงอายุเท่านั้น เพื่อรักษาภาพพจน์ไม่ให้เป็นสายการบินราคาถูก เป็นต้น

3. เวลาของการบริการ เวลาเป็นตัวต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ในเวลาที่เป็นช่วงมีการบริโภคจำนวนมาก (Peak Season) อำนาจการต่อรองจะเป็นของผู้ผลิต ส่วนในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Off Season) อำนาจการต่อรองจะเป็นของผู้ซื้อ

4. ขนาดของการซื้อ ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม จองห้องพักเกินกว่า 10 คนขึ้นไป ก็อาจจะได้ส่วนลดเพื่อจูงใจให้มีการบริโภคในจำนวนมาก ๆ ต่อครั้ง เป็นต้น

**3. การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management)** คือ การบริหารจัดการจุดที่องค์กรจะส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจำเป็นต้องเดินทางไป

ใช้บริการยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ผลิต ดังนั้น ผู้ผลิตต้องพิจารณาเฉพาะเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต คนกลาง หรือผู้จัดจำหน่ายและผู้ซื้อเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องของการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้าต่างๆเหมือนกับการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไป

สิ่งที่ควรพิจารณาในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

1. มีวิธีใดบ้างที่จะกระจายสินค้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. หากจะขายสินค้าเอง จะต้องจัดเตรียมอะไรบ้าง
3. ควรเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เสริมภาพลักษณ์การบริการขององค์กรได้
4. จะกระจายสินค้าและบริการอย่างไรเพื่อให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายและสะดวกที่สุด
5. จำเป็นต้องมีพ่อค้าคนกลางหรือไม่ หากจำเป็นจะให้ใครเป็นตัวแทนบ้าง (พิจารณา

จากความสามารถในการกระจายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของตัวแทนแต่ละราย

**4. การจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion Management) หรือการจัดการสื่อ**  
ทางการตลาด เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยผู้ผลิตแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ราคา สถานที่จัดจำหน่าย ฯลฯ ถ้าผู้บริโภครับรู้ให้ความสนใจ และเชื่อถือข่าวสารนั้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เช่น ข้อมูลประเทศไทย ไร่บางที่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จัก นักท่องเที่ยวระดับสูงเข้าถึงสื่อชนิดใดเป็นประจำ เป็นต้น (นิศา ชัชกุล, 2550, 326-351)

#### 4. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

##### 4.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอดีตราชธานีของไทยมีหลักฐานของการเป็นเมืองในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ประมาณพุทธศตวรรษที่ 16 - 18 โดยมี ร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และเรื่องราวเหตุการณ์ในลักษณะ ตำนานพงศาวดาร ไปจนถึงหลักศิลาจารึก ซึ่งถือว่าเป็นหลักฐานร่วมสมัยที่ใกล้เคียงเหตุการณ์มากที่สุด ซึ่งเมืองอยุธยาหรืออยุธยาศรีรามเทพนคร หรือเมืองพระราม มีที่ตั้งอยู่บริเวณด้านตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา มีบ้านเมืองที่มีความเจริญทางการเมือง

การปกครอง และมีวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองแห่งหนึ่ง มีการใช้กฎหมายในการปกครอง บ้านเมือง 3 ฉบับ คือ พระอัยการลักษณะเบ็ดเสร็จ พระอัยการลักษณะทาส พระอัยการลักษณะกัณฑ์

สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) ทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 1893 กรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางของประเทศสยามสืบต่อยาวนานถึง 417 ปี มีพระมหากษัตริย์ปกครอง 33 พระองค์ จาก 5 ราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททอง ราชวงศ์บ้านพลูหลวง กรุงศรีอยุธยาสูญเสียเอกราชให้แก่พม่า 2 ครั้ง ครั้งแรกใน พ.ศ. 2112 สมเด็จพระนเรศวร มหาราช ทรงกู้เอกราชคืนมาได้ในปี พ.ศ. 2127 และเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้าตากสิน มหาราช ทรงกอบกู้เอกราชได้ในปลายปีเดียวกัน แล้วทรงสถาปนากรุงธนบุรีเป็นราชธานีแห่งใหม่กวาดต้อนผู้คนจาก กรุงศรีอยุธยาไปยังกรุงธนบุรีเพื่อสร้างบ้านเมืองแห่งใหม่ให้มั่นคง แต่กรุงศรีอยุธยาก็ไม่ได้กลายเป็นเมืองร้างยังมีคน ที่รักถิ่นฐานบ้านเดิมอาศัยอยู่ และมีราษฎรที่หลบหนีไปอยู่ตามป่ากลับเข้ามาอาศัยอยู่รอบ ๆ เมือง รวมกันเข้าเป็นเมือง จนทางการยกเป็นเมืองจัตวาเรียกว่า "เมืองกรุงเก่า"

พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงยกเมืองกรุงเก่าขึ้นเป็นหัวเมืองจัตวา เช่นเดียวกับสมัยกรุงธนบุรี หลังจากนั้น พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้จัดการปฏิรูปการปกครองทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยการปกครองส่วนภูมิภาคนั้นโปรดให้จัดการปกครองแบบเทศาภิบาลขึ้นโดยให้รวมเมือง ที่ใกล้เคียงกัน 3 - 4 เมือง ขึ้นเป็นมณฑล มีข้าหลวงเทศาภิบาลเป็นผู้ปกครอง โดย ในปี พ.ศ. 2438 ทรงโปรดให้จัดตั้งมณฑลกรุงเก่าขึ้น ประกอบด้วยหัวเมืองต่าง ๆ คือ กรุงเก่าหรืออยุธยา อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี พรหมบุรี อินทร์บุรี และสิงห์บุรี ต่อมาโปรดให้รวมเมืองอินทร์ และ เมืองพรหมเข้ากับเมืองสิงห์บุรี ตั้งที่ว่าการมณฑลที่อยุธยา และต่อมาในปี พ.ศ. 2469 เปลี่ยนชื่อจากมณฑลกรุงเก่า เป็นมณฑลอยุธยา ซึ่งจากการจัดตั้งมณฑลอยุธยามีผลให้อยุธยามีความสำคัญทางการบริหาร การปกครองมากขึ้น การสร้างสิ่งสาธารณูปโภคหลายอย่างมีผลต่อการพัฒนาเมืองอยุธยาในเวลาต่อมา จนเมื่อยกเลิกการปกครองระบบ เทศาภิบาล ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 อยุธยาจึงเปลี่ยนฐานะเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จนถึงปัจจุบัน

ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรีได้มีนโยบายบูรณะโบราณสถาน ภายในเมืองอยุธยาเพื่อเป็นการฉลองยี่สิบห้าพุทธศตวรรษประจวบกับในปี พ.ศ. 2498 นายกรัฐมนตรีประเทศ

พม่าเดินทางมาเยือนประเทศไทยและมอบเงินจำนวน 200,000 บาท เพื่อปฏิสังขรณ์วัดและองค์พระมงคลบพิตร เป็นการเริ่มต้นการบูรณะ โบราณสถานในอยุธยาอย่างจริงจัง ซึ่งต่อมากรมศิลปากรเป็นหน่วยงานสำคัญในการดำเนินการ จนองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก มีมติให้ขึ้นทะเบียนนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็น "มรดกโลก" เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 มีพื้นที่ครอบคลุมในบริเวณโบราณสถานเมืองอยุธยา

อาณาจักรกรุงศรีอยุธยา เป็นราชธานีมาตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน 1893 จนถึงวันที่ 7 เมษายน 2310 เป็นเวลายาวนานถึง 417 ปี มีประวัติในการปกครอง การกอบกู้เอกราช วิวัฒนาการและด้านขนบธรรมเนียม ประเพณีมากมาย เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารดังคำกล่าวที่ว่า "ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว" ทว่า ทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยายังมากมายไปด้วยวัดวาอาราม ปราสาทราชวังและปูชนียสถาน ปูชนียวัตถุมากมาย กรุงศรีอยุธยามีพระมหากษัตริย์ปกครองอาณาจักรสืบต่อกันมา 33 พระองค์ มีราชวงศ์ผลัดเปลี่ยนกันครองอาณาจักร รวม 5 ราชวงศ์

1. ราชวงศ์อู่ทอง 4 พระองค์
2. ราชวงศ์สุพรรณภูมิ 13 พระองค์
3. ราชวงศ์สุโขทัย 7 พระองค์
4. ราชวงศ์ปราสาททอง 4 พระองค์
5. ราชวงศ์บ้านพลูหลวง 6 พระองค์

#### 4.2 ภูมิประเทศ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางถนนสายเอเชีย ประมาณ 75 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 72 กิโลเมตร และทางเรือประมาณ 137 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,597,900 ไร่ นับว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 11 ของจังหวัดในภาคกลาง ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา ไม่มีภูเขา ไม่มีป่าไม้ มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำน้อย รวมความยาวประมาณ 200 กิโลเมตร มีลำคลองใหญ่น้อย ประมาณ 1,254 คลอง เชื่อมต่อกับแม่น้ำเกือบทั่วบริเวณพื้นที่

### 4.3 อาณาเขต

จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดอ่างทอง และ จังหวัดลพบุรี
- ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดสระบุรี
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี

### 4.4 ลักษณะภูมิอากาศ

มีลักษณะร้อนชื้นอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ฤดู คือลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ในฤดูหนาวซึ่งอากาศจะเย็นและแห้งแล้ง และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ในฤดูฝน ทำให้มีฝนตกชุกเป็นเวลานาน ปี 2553 อุณหภูมิสูงสุด 39.6 องศาเซลเซียส ในวันที่ 10 พฤษภาคม 2553 อุณหภูมิต่ำสุด 16.5 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2553 ปริมาณน้ำฝนรวม 1,185.2 มิลลิเมตร จำนวนวันฝนตก 92 วัน

### 4.5 เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ 209 ตำบล 1,445 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 33 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 121 แห่ง เดือน ธันวาคม 2552 ประชากรรวม 775,157 คน เป็นชาย 374,605 คน เป็นหญิง 400,552 คน อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน ๑๓๘,๗๔๖ คน และอำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุด ได้แก่ อำเภอบ้านแพรก จำนวน 9,094 คน มีสมาชิกวุฒิสภา 1 คน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 5 คน

### 4.6 การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง ๔๑๗ ปี เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มี

โบราณสถานที่ยัง คงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี

#### 4.7 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

1. บริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบ เขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่พระราชวังหลวงหรือ พระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น เป็นต้น

2. บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

3. บริเวณอำเภอนครหลวง อำเภอท่าเรือ เช่น ปราสาทนครหลวง วัดสะดือที่มีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (นอน) ที่ยาวที่สุด และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น มีดอรัญญิก เป็นต้น

4. สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ บริหารโดยเอกชน ได้แก่ ปางช้างแลเพนียด พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

5. ตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อได้แก่ ตลาดน้ำวัดคลองสระบัว ตลาดน้ำวัดท่ากรัง และตลาดน้ำไทรยา ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

6. การท่องเที่ยวแบบ Night Tour ล่องเรือชมแสงสว่างยามค่ำคืนกับบรรยากาศริมสายน้ำเจ้าพระยา รอบเกาะเมือง ผ่านสถานที่สำคัญ วัด โบราณสถาน ที่ประดับไฟไว้อย่างงดงาม และชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านริมน้ำ

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อดิศร ฉายแสง (2548) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 ส่วนใหญ่เป็นชาว European เคยเดินทางออกนอกประเทศมาก่อน เคยเดินทางมายังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในระดับมาก

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับเห็นด้วย

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในรูปแบบบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคลในระดับน้อย

5. เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

6. อายุนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบกาณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่าย ด้านที่พักและด้านค่าใช้จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือทางการวิจัยหรือแบบสอบถามได้ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

วารสารภรณ์ ระยับริ (2551) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงพุทธที่มาท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เพศหญิง นับถือศาสนาพุทธ ฐ อายุ 24 – 34 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท รับรู้ข้อมูลจากเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน สถานที่ที่ใช้พักผ่อนมากที่สุดคือ บ้าน รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เลือกใช้มากที่สุดคือ รถประจำทาง ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์มาก่อน ส่วนใหญ่มากับเพื่อน/ครอบครัว และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ 1 วัน โดยไม่ได้พักแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท กิจกรรมที่นิยมปฏิบัติ เยี่ยมชมศิลปกรรม และความงามของวัด

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือทางการวิจัยหรือแบบสอบถามได้ และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ประมวลผล ข้อมูลได้ หลังจากการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว

ไพโรจน์ แสงตน (2552) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจที่ มีต่อการ ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจทางด้านความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆในตนเอง ความต้องการในการยอมรับของสังคม และความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก อยู่ในระดับมาก และผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจทางด้านความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการผจญภัย และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ อยู่ในระดับปานกลาง และผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจทางด้านความต้องการความภาคภูมิใจอยู่ในระดับน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวคือ หนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวคือ ความสนุกสนานและความเพลิดเพลิน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 3,001 – 6,000 บาท มีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งคือ 3 – 4 วัน ใช้จ่ายส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง โดยจังหวัดที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ภูเก็ต

3. ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว พบว่า ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนการเดินทาง อยู่ในระดับดี และจะมีการแนะนำให้บุคคลอื่นมาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัยหรือแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

พิมพาพร งามวิเศษ (2555) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต และ สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ของนักท่องเที่ยว พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมภายในสวนสัตว์ที่มีความเป็นธรรมชาติร่มรื่น

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาบัตรเข้าชมของสวนสัตว์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ค่าชมมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับความหลากหลายของสัตว์ที่จัดแสดงภายในสวนสัตว์



3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการเดินทางมาสวนสัตว์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สถานที่ตั้งของสวนสัตว์ที่สะดวกต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การมีส่วนลดราคาค่าเข้าชมในวันหยุดเทศกาล

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัยหรือแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับด้านส่วนประสมทางการตลาดได้

นภาพรอรณ อรุณจันทร์ (2550) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว พระนครศรีอยุธยาคือ 1 – 5 ครั้ง โดยมากับครอบครัว เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ และส่วนใหญ่ไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยคือ 1,000 – 1,500 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถที่จะนำงานวิจัยในชิ้นนี้มาเป็นแนวทางประยุกต์ใช้ในเรื่องของการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทำแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ทางสถิติได้ เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่มีความใกล้เคียงในด้านของการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่นเดียวกัน

พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ ถ้าพักค้างคืนจะนิยมพักตามบ้านญาติหรือเพื่อน และโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถที่จะนำงานวิจัยในชั้นนี้มาเป็นแนวทางประยุกต์ใช้ใน เรื่อง การกำหนดปัจจัยทางด้านส่วน ประสม ทางการตลาด เพื่อใช้สำหรับการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถาม เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่มีความใกล้เคียงในด้านของการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติ กรรม การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่นเดียวกัน



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในหัวข้อเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ คือ การวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเช่น แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมีบริเวณพื้นที่ไม่กว้างมากนัก และการเดินทางไปที่เที่ยวจากกรุงเทพฯนั้นไม่ไกลมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวและพักค้างคืนภายในอำเภอจึงมีไม่มากแต่จากงานวิจัย ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการพักแรมภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จึงได้กำหนดจำนวนประชากรไว้ที่จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน

### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัยเชิงปริมาณคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน

#### ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการดังนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (**Purposive sampling**) โดยการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอ เมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (**Convenience Sampling**) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ และแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอ เมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ

**แบบสอบถาม (Questionnaire)** ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์เป็นลักษณะเฉพาะ โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้ **ตอนที่**

### 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบปลายปิดมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 7 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1. เพศ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2. อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3. ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4. อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 6. สถานภาพสมรส ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7. ประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

**ตอนที่ 2.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด แบบ Likert Scale จำนวน 4 ด้านได้แก่

1. ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย

2. ด้านเศรษฐกิจไทย

## 3. ด้านการเมืองไทย

## 4. ด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

กำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนประกอบด้วย

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ (ชูศรี วงศ์รัตน์.2549: 103)

4.51 - 5.00	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมือง

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด แบบ Likert Scale จำนวน 4 ด้านได้แก่

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

กำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนประกอบด้วย

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2549: 103)

- 4.51 - 5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 - 4.50 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก
- 2.51 - 3.50 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**ตอนที่ 4.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่ง ลักษณะของคำถามจะเป็นแบบปลายปิดมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว
2. โอกาสการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
3. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
5. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

**ตอนที่ 5.** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

### 3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราทางวิชาการ และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย
2. กำหนดรายละเอียดโครงสร้างแบบสอบถามตามประเด็นสำคัญของความมุ่งหมาย และขอบเขตการศึกษา
3. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจ แก้ไข แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ



4. นำแบบสอบถามให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน ตรวจสอบแก้สำนวนภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อกรรมการควบคุมปริญญาโทนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด
7. ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วนำเสนอคณะกรรมการควบคุมปริญญาโทนิพนธ์อีกครั้งเพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### ข้อมูลปฐมภูมิ

1. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบสอบถาม ที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ไปขอความร่วมมือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวยตามเขตที่ได้กำหนดไว้ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

##### ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต เอกสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หนังสือต่างๆ เป็นต้น

#### 5. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 5.1 การจัดการทำข้อมูล

- 5.1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด
- 5.1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

5.1.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ได้ตั้งไว้ในสมมติฐานในโปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป

## 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติ t – test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อทดสอบการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติและความแตกต่างของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านภัยธรรมชาติและส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านภัยธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชาวอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## 5.3 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1.** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2.** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

**สมมติฐานข้อที่ 3.** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation)

**สมมติฐานข้อที่ 4.** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation)

**สมมติฐานข้อที่ 5.** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation)

**สมมติฐานข้อที่ 6.** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation)

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

### 1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percent)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 65)

$$S.D. = \sqrt{\left[ \frac{(n \sum X - (\sum X)^2)}{n(n-1)} \right]}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลังสอง

## 2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.1 IOC (Item - Operational Definition Congruence Index) หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจ รายข้อโดยใช้สูตร ใช้ค่าตั้งแต่ 0.50 ใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2548: 1)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อ

$\sum R$  แทน ผลรวมคะแนนความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

$N$  แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

## 3. สถิติทดสอบสมมติฐาน

3.1 สถิติ T – test (t - test for Independent Samples) จะใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 166)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}} ; \quad df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} - \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน  $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน  $S_1^2 = S_2^2$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$n_1$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)

3.2 สถิติ F – test ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 236)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
	$MS_b$	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวอย่าง (Mean Square Between Treatment)
	$MS_w$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มตัวอย่าง (Mean Square Between Error)
	$MS_b$	=	$\frac{SS_b}{(k-1)}$

$$MS_w = \frac{SS_w}{(k-1)}$$

$SS_b$  แทนค่า ผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

$SS_w$  แทนค่า ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่มตัวอย่าง

$k$  แทนค่า จำนวนกลุ่ม

$n$  แทนค่า จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

$k - 1$  แทนค่า Degree of freedom สำหรับความแปรผันระหว่างกลุ่ม

$n - k$  แทนค่า Degree of freedom สำหรับความแปรผันภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี LSD หรือ Fisher's Least – Significant Difference เป็นวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรได้ครั้งละหลายคู่ โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 258)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ  $n_i \neq n_j$

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

เมื่อ  $n_i = n_j$

โดยที่  $df_w = n - k$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ $i$ และ $j$
	MSE	แทน	ค่า Mean square error ( $MS_W$ )
	$k$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	$N$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
	$\alpha$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
	$n_i$	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ $i$
	$n_j$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ $j$

3.3 การทดสอบสถิติ Pearson Correlation เป็นการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลสองชุดโดยใช้สูตร (Neil J. Scikind.2000:207-208)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	$r_{xy}$	แทน	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง $x$ และ $y$
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$x$	แทน	คะแนนแต่ละตัวของตัวแปร $x$
	$y$	แทน	คะแนนแต่ละตัวของตัวแปร $y$
	$xy$	แทน	ผลคูณระหว่าง $x$ และ $y$
	$X^2$	แทน	คะแนนของตัวแปร $x$ แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$y^2$	แทน	คะแนนของตัวแปร $y$ แต่ละตัวยกกำลังสอง



เกณฑ์กำหนดระดับความสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544:316)

ต่ำกว่า 0.30 ความสัมพันธ์ระดับต่ำ

0.30 – 0.70 ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

0.71 – 1.00 ความสัมพันธ์ระดับสูง

**2. การวิจัยเชิงคุณภาพ** คือ การวิจัยเพื่อแสวงหาความรู้โดยการพิจารณาปรากฏการณ์สังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริง เพื่อหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อม วิธีการนี้จะสนใจข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด ความหมาย ค่านิยมหรืออุดมการณ์ของบุคคล นอกเหนือไปจากข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเป็นวิธีการหลักในการเก็บข้อมูล และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (สุภางค์ จันทวานิช: 2548) ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ควบคู่กับการวิจัยในเชิงปริมาณเพื่อหาคำตอบอธิบายสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

## 1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน และ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 คน

## 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มจากการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 20 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 10 คน

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ

**แบบสัมภาษณ์ (Interview)** เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถาน ที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอ เมือง พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจะมีลักษณะเป็นหัวข้อหลักๆ เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยใช้การใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 10 คน

#### 4. การจัดทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆที่  
ต้องการศึกษา

4.2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นำเสนอโดยแยกตามประเด็นต่างๆตาม que ผู้วิจัยได้  
กำหนดไว้ในลักษณะเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในหัวข้อเรื่อง “การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ” โดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - test
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนค่าเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่เบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ยยกกำลังสอง (Mean Squares)
P - value	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)

$H_1$  แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

## การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ผลออกเป็น 3 ตอน เนื่องจากการวิจัยโดยการใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแยกตามประเด็นต่างๆตามหัวข้อที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิจัยเชิงปริมาณ

##### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	34	34.0
หญิง	66	66.0
รวม	100	100.0
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	10.0
21 - 30 ปี	47	47.0
31 - 40 ปี	22	22.0
41 - 50 ปี	13	13.0
51 ปีขึ้นไป	8	8.0
รวม	100	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	40	40.0
ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	60	60.0
รวม	100	100.0

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา อยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	12	12.0
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	15.0
พนักงานบริษัทเอกชน	42	42.0
เจ้าของธุรกิจ	27	27.0
อื่นๆ	4	4
รวม	100	100.0
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000	23	23.0
10,001 - 20,000 บาท	29	29.0
20,001 - 30,000 บาท	20	20.0
30,001 - 40,000 บาท	15	15.0
40,001 - 50,000 บาท	7	7.0
50,001 บาทขึ้นไป	6	6.0
รวม	100	100.0



ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	54	54.0
สมรส	46	46.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา</b>		
ครั้งแรก	19	19.0
มากกว่า 1 ครั้ง	81	81.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยจำนวน 100 คน ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเป็นเพศชายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 13.0 อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคืออาชีพเจ้าของธุรกิจจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และสมรสจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 และเคยมาครั้งแรกจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	41	41.0
หญิง	59	59.0
รวม	100	100.0
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12	12.0
21 - 30 ปี	49	49.0
31 - 40 ปี	11	11.0
41 - 50 ปี	12	12.0
51 ปีขึ้นไป	16	16.0
รวม	100	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	23	23.0
ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	77	77.0
รวม	100	100.0

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	16	16.0
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	23	23.0
พนักงานบริษัทเอกชน	35	35.0
เจ้าของธุรกิจ	8	8.0
อื่นๆ	18	18
รวม	100	100.0
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	16.0
10,001 - 20,000 บาท	14	14.0
20,001 - 30,000 บาท	4	4.0
30,001 - 40,000 บาท	21	21.0
40,001 - 50,000 บาท	17	17.0
50,001 บาทขึ้นไป	28	28.0
รวม	100	100.0

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	61	61.0
สมรส	39	39.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา</b>		
ครั้งแรก	77	77.0
มากกว่า 1 ครั้ง	23	23.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนบุคคลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติจำนวน 100 คน ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมือง พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชายจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีกับ 41-50 ปี เท่ากัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 31-40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอาชีพอื่นๆ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 อาชีพเจ้าของธุรกิจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และรายได้ 20,001-30,001 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 และสมรสจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ตามลำดับ

ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาครั้งแรก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเคยมามากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมไทย</b>			
วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย	4.20	.636	มาก
ประเพณีและเทศกาลสำคัญต่าง ๆ มีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย	4.34	.607	มากที่สุด
คนไทยมีอัธยาศัยดีและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	4.15	.716	มาก
วัฒนธรรมการแต่งกายของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์และสะท้อนวิถีชีวิต/ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น	3.93	.844	มาก
อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี	4.38	.648	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.20</b>	<b>.478</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเศรษฐกิจไทย</b>			
ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ	3.47	.893	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	1.97	.717	น้อย
ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	1.96	.852	น้อย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.46</b>	<b>.434</b>	<b>น้อย</b>

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการเมืองไทย</b>			
หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	2.91	1.138	ปานกลาง
เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทย	1.81	.825	น้อย
เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	1.89	.803	น้อย
สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	1.88	.856	น้อย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.12</b>	<b>.597</b>	<b>น้อย</b>
<b>ด้านภัยทางธรรมชาติ</b>			
น้ำท่วมส่งผลกระทบการท่องเที่ยว	2.12	.868	น้อย
ไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ	3.37	1.012	ปานกลาง
การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลต่อการท่องเที่ยว	2.49	1.010	น้อย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.65</b>	<b>.574</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า



1. ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือประเพณีและเทศกาลสำคัญต่างๆมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันโดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ตามลำดับ

2. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 ตามลำดับ

3. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 รองลงมาคือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 และ สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 ตามลำดับ

4. ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รองลงมาคือการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 และ น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ ต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม</b>			
วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย	4.35	.520	มากที่สุด
ประเพณีและเทศกาลสำคัญต่าง ๆ มีความน่าสนใจและสะท้อน ถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย	3.86	.752	มาก
คนไทยมีอัธยาศัยดีและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	4.25	.716	มากที่สุด
วัฒนธรรมการแต่งกายของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์และ สะท้อนวิถีชีวิต/ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น	3.93	.807	มาก
อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึง วัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี	4.26	.597	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.13</b>	<b>.435</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านเศรษฐกิจไทย</b>			
ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ	3.70	.969	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว	2.92	1.079	ปานกลาง
ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว	2.83	1.083	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.15</b>	<b>.570</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการเมืองไทย</b>			
หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.54	.731	มาก
เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทย	2.20	.725	น้อย
เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	2.84	.929	ปานกลาง
สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	2.74	1.041	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.83</b>	<b>.518</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ด้านภัยทางธรรมชาติ</b>			
น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อกรรมการท่องเที่ยว	3.19	1.134	ปานกลาง
ไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ	3.39	.815	ปานกลาง
การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลกระทบต่อกรรมการท่องเที่ยว	2.96	1.100	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.18</b>	<b>.536</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า วัฒนธรรมความเป็น อยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี อยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ คนไทยมีอัธยาศัยดีและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

2. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัย ภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่า ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.92 และ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 ตามลำดับ

3. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัย ภายนอกด้านการเมืองไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่า หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 รองลงมาคือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และ สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อ ภาวะลักษณะการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ตามลำดับ

4. ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 รองลงมาคือ น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.19 และ การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ห้องน้ำ มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.74	.872	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณWi-Fi	3.75	.845	มาก
การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่างๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ	3.99	.628	มาก
อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก เช่น โรตีสายไหม ก๋วยเตี๋ยวเรือ เป็นต้น	4.32	.601	มากที่สุด
สินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.02	.681	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.96</b>	<b>.484</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านราคา</b>			
การมีระบบบริการการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในการจ่ายค่าสินค้าที่มีราคาสูง หรือ การจองที่พัก แทนการใช้เงินสดมีความสะดวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3.83	.805	มาก
ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความเหมาะสม	3.99	.674	มาก
ราคาค่าสินค้า ค่าอาหาร และค่าบริการต่างๆ มีความเหมาะสม	3.80	.739	มาก
ราคาค่าที่พักต่างๆมีความเหมาะสม	3.78	.629	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	3.91	.621	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.86</b>	<b>.516</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์	3.87	.774	มาก
การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความสะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์	3.92	.748	มาก
เส้นทางถนนมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และมีแสงไฟเพียงพอต่อการเดินทางในเวลากลางคืน	3.80	.921	มาก
สามารถหารายละเอียด เช่น ราคาที่พัก เส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านค้าต่างๆ ได้จากทาง Web Site โดยตรงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	4.10	.674	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b>	<b>.652</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การจัดแพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในราคาถูกเป็นการไปโรมมทการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ	3.95	.770	มาก
การประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีหลากหลายช่องทาง เช่น ทาง Web Site, โทรศัพท์, วิทยู	3.96	.751	มาก
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรศัพท์ วิทยู หรือทางอินเทอร์เน็ต	3.99	.703	มาก
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ วารสารการท่องเที่ยว	3.82	.730	มาก



ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอยกระทงกรุงเก่า กิจกรรมกินก๋วยเตี๋ยวเรือ กิจกรรมวันช้างไทย	4.14	.603	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	.540	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก เช่น โรตีสายไหม ก๋วยเตี๋ยวเรือ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ สินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่าง ๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

**2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ การมีระบบบริการการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในการจ่ายค่าสินค้าที่มีราคาสูง หรือ การจองที่พัก แทนการใช้เงินสดมีความสะดวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

**3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สามารถหารายละเอียด เช่น ราคาที่พัก เส้นทางเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านค้าต่างๆ ได้จากทาง Web Site โดยตรงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความสะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

**4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอยกระทงกรุงเก่า กิจกรรมกินกล้วยเตี้ยเร็ว กิจกรรมวันช้างไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และ การประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีหลากหลายช่องทาง เช่น ทาง Web Site, โทรทัศน์, วิทยุ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ห้องน้ำ มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	4.06	.708	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณWi-Fi	4.24	.622	มากที่สุด
การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่างๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ	3.98	.710	มาก
อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก เช่น โรตีสายไหม ก๋วยเตี๋ยวเรือ เป็นต้น	3.59	.911	มาก
สินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.56	.925	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88</b>	<b>.535</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านราคา</b>			
การมีระบบบริการการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในการจ่ายค่าสินค้าที่มีราคาสูง หรือ การจองที่พัก แทนการใช้เงินสดมีความสะดวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3.85	.936	มาก
ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความเหมาะสม	4.05	.783	มาก
ราคาค่าสินค้า ค่าอาหาร และค่าบริการต่างๆ มีความเหมาะสม	3.89	.942	มาก
ราคาค่าที่พักต่างๆมีความเหมาะสม	4.10	.674	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว	4.04	.777	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.573</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์	3.78	.836	มาก
การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความสะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์	3.96	.777	มาก
เส้นทางถนนมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และมีแสงไฟเพียงพอต่อการเดินทางในเวลากลางคืน	3.60	.899	มาก
สามารถหารายละเอียด เช่น ราคาที่พัก เส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านค้าต่างๆ ได้จากทาง Web Site โดยตรงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	3.46	.809	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b>	<b>.607</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การจัดแพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในราคาถูกเป็นการไปโรมมทการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ	3.58	.831	มาก
การประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีหลากหลายช่องทาง เช่น ทาง Web Site, โทรศัพท์, วิทยู	3.24	.842	ปานกลาง
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรศัพท์ วิทยู หรือทางอินเทอร์เน็ต	3.72	.900	มาก
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ วารสารการท่องเที่ยว	3.91	.740	มาก

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอยกระทงกรุงเก่า กิจกรรมกินกล้วยเดี่ยวเรือ กิจกรรมวันช้างไทย	3.52	.759	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	.601	มาก

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณ Wi-Fi อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ห้องน้ำ มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และ การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่างๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

**2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาค่าที่พักต่างๆมีความเหมาะสม อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

**3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความสะดวกสบาย และสามารถจองได้ หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่าน ระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ เส้นทางถนนมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และมีแสงไฟเพียงพอต่อการเดินทางในเวลากลางคืน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

**4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ บ วารสารการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ การจัดแพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองใน ราคาถูกเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ



**ส่วนที่ 4** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง  
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยทางพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>			
เดินทางมาชมศิลปะ	4.29	.608	มากที่สุด
เดินทางมาชมโบราณสถาน	4.23	.633	มากที่สุด
เดินทางมาพักผ่อน	4.06	.679	มาก
เดินทางมาไหว้พระ	4.31	.761	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.22</b>	<b>.506</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว</b>			
กลับมาเที่ยวอีก	4.44	.591	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.44</b>	<b>.591</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>			
เดินทางซื้อแพ็คเกจ	2.89	1.127	ปานกลาง
เดินทางด้วยตนเอง	4.28	.805	มากที่สุด
เดินทางในวันหยุด	4.26	.719	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.555</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ปัจจัยทางพฤติกรรมกรท่งเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	2,718	2665.99	-
ระยะเวลาเดินทาง	1.59	.933	-

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านพฤติกรรมกรท่งเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า

1. พฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่งเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามไทยส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่งเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเดินทางมาไหว้พระ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ เดินทางมาชมศิลปะ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ เดินทางมาชมโบราณสถาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

3. พฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่งเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่งเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางด้วยตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ เดินทางในวันหยุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ เดินทางซื้อแพ็คเกจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2,718 บาท

5. ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.59 วัน

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>			
เดินทางมาชมศิลปะ	4.24	.712	มากที่สุด
เดินทางมาชมโบราณสถาน	4.24	.712	มากที่สุด
เดินทางมาพักผ่อน	3.64	1.097	มาก
เดินทางมาไหว้พระ	3.32	1.162	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	.649	มาก
<b>ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว</b>			
กลับมาเที่ยวอีก	3.59	.954	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	.954	มาก

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

ปัจจัยทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>			
เดินทางซื้อแพ็คเกจ	2.90	1.193	ปานกลาง
เดินทางด้วยตนเอง	3.54	1.176	มาก
เดินทางในวันหยุด	3.57	.956	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.33</b>	<b>.733</b>	<b>ปานกลาง</b>
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3,936	3200.17	-
ระยะเวลาเดินทาง	1.78	.927	-

จากตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบส อบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางมาชมศิลปะและเดินทางมาชมโบราณสถานเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ เดินทางมาพักผ่อน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และเดินทางมาไหว้พระ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางในวันหยุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาคือ เดินทางด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเดินทางซื้อแพ็คเกจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3,936 บาท

5. ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.78 วัน

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน**

ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 1</b>		
<b>1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน</b>		
<b>1.1.1 เพศ</b>		
1. เพศกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. เพศกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. เพศกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. เพศกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. เพศกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
<b>1.1.2 อายุ</b>		
1. อายุกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. อายุกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3. อายุกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. อายุกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. อายุกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>1.1.3 ระดับการศึกษา</b>		
1. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
<b>1.1.4 อาชีพ</b>		
1. อาชีพกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. อาชีพกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. อาชีพกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. อาชีพกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. อาชีพกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>1.1.5 รายได้ต่อเดือน</b>		
1. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
<b>1.1.6 สถานภาพสมรส</b>		
1. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓



ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>1.1.7 ประสพการณ์มาอยุธยา</b>		
1. ประสพการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. ประสพการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3. ประสพการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. ประสพการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. ประสพการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
<b>สมมติฐานที่ 2</b>		
<b>2.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน</b>		
<b>2.1.1 เพศ</b>		
1. เพศกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. เพศกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. เพศกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. เพศกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. เพศกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>2.1.2 อายุ</b>		
1. อายุกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
2. อายุกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. อายุกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4. อายุกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. อายุกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	
<b>2.1.3 ระดับการศึกษา</b>		
1. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. ระดับการศึกษากับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	

ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>2.1.4 อาชีพ</b>		
1. อาชีพกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. อาชีพกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. อาชีพกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. อาชีพกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. อาชีพกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	
<b>2.1.5 รายได้ต่อเดือน</b>		
1. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	
5. รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>2.1.6 สถานภาพสมรส</b>		
1. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
2. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
4. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
<b>2.1.7 ประสบการณ์มาอยุธยา</b>		
1. ประสบการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
2. ประสบการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3. ประสบการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4. ประสบการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		✓
5. ประสบการณ์มาอยุธยาเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	✓	

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 3</b>		
<b>3.1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย</b>		
3.1.1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
3.1.2 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3.1.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
3.1.4 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
3.1.5 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>3.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย</b>		
3.2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว		✓
3.2.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓
3.2.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
3.2.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>3.3 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย</b>		
3.3.1 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
3.3.2 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3.3.3 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
3.3.4 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
3.3.5 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>3.4 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย</b>		
3.4.1 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
3.4.2 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
3.4.3 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
3.4.4 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
3.4.5 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 4</b>		
<b>4.1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</b>		
4.1.1 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
4.1.2 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
4.1.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4.1.4 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
4.1.5 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>4.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</b>		
4.2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
4.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
4.2.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4.2.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	✓	
4.2.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว	✓	

ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>4.3 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</b>		
4.3.1 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
4.3.2 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
4.3.3 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4.3.4 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
4.3.5 ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>4.4 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</b>		
4.4.1 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
4.4.2 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
4.4.3 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
4.4.4 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
4.4.5 ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว	✓	



ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 5</b>		
<b>5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
5.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
5.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
5.1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
5.1.4 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
5.1.5 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>5.2 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
5.2.1 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
5.2.2 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
5.2.3 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
5.2.4 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	✓	
5.2.5 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
5.3.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
5.3.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
5.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
5.3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
5.3.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
5.4.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
5.4.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
5.4.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
5.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
5.4.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

## ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 6</b>		
<b>6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
6.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
6.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
6.1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
6.1.4 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	✓	
6.1.5 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>6.2 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
6.2.1 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
6.2.2 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
6.2.3 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
6.2.4 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
6.2.5 ด้านราคา มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

ตาราง 9 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
<b>6.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
6.3.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
6.3.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
6.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
6.3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
6.3.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓
<b>6.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรม</b>		
6.4.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	✓	
6.4.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว	✓	
6.4.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	
6.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		✓
6.4.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว		✓

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลเฉพาะตัวแปรที่เป็นไปตามสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.2** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.
พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.60	.516
	21 - 30 ปี	47	4.34	.635
	31 - 40 ปี	22	4.68	.476
	41 - 50 ปี	13	4.15	.554
	51 ปีขึ้นไป	8	4.62	.517
	รวม	100	4.44	.591

จากตารางที่ 10 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.68 รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	Between Groups	3.347	4	.837	2.540	.045
	Within Groups	31.293	95	.329		
	<b>Total</b>	<b>34.640</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 11 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=2.540$ ,  $p=.045$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า คู่ที่แตกต่างกันมีทั้งหมด 2 คู่ ได้แก่ 1) อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี และ 2) อายุ 31-40 ปี กับ อายุ 41-50 ปี ตามลำดับ ดังตารางที่ 11.1

ตาราง 11.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

อายุ $\bar{x}$		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.60	4.34	4.68	4.15	4.62
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.60	-	.25957 (.197)	-.08182 (.709)	.44615 (.068)	-.02500 (.927)
21 - 30 ปี	4.34	-	-	<b>-.34139*</b> (.023)	.18658 (.302)	-.28457 (.198)
31 - 40 ปี	4.68	-	-	-	<b>.52797*</b> (.010)	.05682 (.811)
41 - 50 ปี	4.15	-	-	-	-	-.47115 (.071)
51 ปีขึ้นไป	4.62	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 11.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี กับช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีค่า P - value เท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .34139

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี กับ อายุ 41-50 ปี มีค่า P - value เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จะมี



ค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ใน ช่วงอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52797

**สมมติฐานที่ 1.1.7.2** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	ประสบการณ์	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านโอกาสในการ กลับมาเที่ยว	ครั้งแรก	19	4.10	.567	-2.853	.008
	มากกว่า 1 ครั้ง	81	4.51	.572		

จากตารางที่ 12 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งแรก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.10 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการ

เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 1 ครั้ง จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.51

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=-2.853$ ,  $p=.008$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.1.2.1** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.
พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12	3.87	.635
	21 - 30 ปี	49	3.76	.619
	31 - 40 ปี	11	4.36	.616
	41 - 50 ปี	12	4.12	.516
	51 ปีขึ้นไป	16	3.59	.682
	รวม	100	3.86	.649

จากตารางที่ 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 14 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	Between Groups	5.209	4	1.302	3.382	.012
	Within Groups	36.581	95	.385		
	<b>Total</b>	<b>41.790</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 14 แสดงว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.382$ ,  $p=.012$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 3 คู่ ได้แก่ 1) อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี 2) อายุ 31-40 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 41-50 ปี กับอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 14.1

ตาราง 14.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน  
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

อายุ	$\bar{x}$	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.87	3.76	4.36	4.12	3.59
น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.87	-	.10969 (.584)	-.48864 (.062)	-.25000 (.326)	.28125 (.238)
21 - 30 ปี	3.76	-	-	<b>-.59833*</b> (.005)	-.35969 (.075)	.17156 (.339)
31 - 40 ปี	4.36	-	-	-	.23864 (.359)	<b>.76989*</b> (.002)
41 - 50 ปี	4.12	-	-	-	-	<b>.53125*</b> (.027)
51 ปีขึ้นไป	3.59	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 14.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี กับช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีค่า P – value เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .59833

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .76989

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .53125

**สมมติฐาน ที่ 2.1.2.3** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.
พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12	3.66	.751
	21 - 30 ปี	49	3.22	.779
	31 - 40 ปี	11	3.84	.621
	41 - 50 ปี	12	3.50	.593
	51 ปีขึ้นไป	16	2.96	.436
	รวม	100	3.33	.733

จากตารางที่ 15 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 31-40 ปี จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	Between Groups	7.369	4	1.842	3.807	.006
	Within Groups	45.964	95	.484		
<b>Total</b>		<b>53.333</b>	<b>99</b>			

จากตารางแสดงที่ 16 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.807$ ,  $p=.006$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า คู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 4 คู่ ได้แก่ 1) อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป 2) อายุ 21-30 ปีกับอายุ 31-40 ปี 3) อายุ 31-40 ปีกับอายุ 51 ปีขึ้นไป และ 4) 41-50 ปีกับอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 16.1



ตาราง 16.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

อายุ $\bar{x}$		น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.66	3.22	3.84	4.50	2.96
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	3.66	-	.44238 (.051)	-.18061 (.535)	.16667 (.559)	<b>.70542*</b> <b>(.009)</b>
21 - 30 ปี	3.22	-	-	<b>-.62299*</b> <b>(.009)</b>	-.27571 (.221)	.26304 (.192)
31 - 40 ปี	3.84	-	-	-	.34727 (.235)	<b>.88602*</b> <b>(.002)</b>
41 - 50 ปี	3.50	-	-	-	-	<b>.53875*</b> <b>(.045)</b>
51 ปีขึ้นไป	2.96	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 16.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .70542

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี มีค่า P – value เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .62299

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .88602

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .53875

**สมมติฐานที่ 2.1.2.5** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12	1.33	.492
	21 - 30 ปี	49	1.73	.836
	31 - 40 ปี	11	1.36	.505
	41 - 50 ปี	12	1.83	.718
	51 ปีขึ้นไป	16	2.50	1.366
	รวม	100	1.78	.927

จากตารางที่ 17 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเฉลี่ย 2.50 วัน รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 วัน และอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 วัน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	Between Groups	12.730	4	3.183	4.174	.004
	Within Groups	72.430	95	.762		
<b>Total</b>		<b>85.160</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 18 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=4.174$ ,  $p=.004$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันทั้งหมด 4 คู่ ได้แก่ 1) อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับอายุ 51 ปีขึ้นไป 2) อายุ 21-30 ปี กับอายุ 51 ปีขึ้นไป 3) อายุ 31-40 ปีกับอายุ 51 ปีขึ้นไป และ 4) อายุ 41-50 ปีกับอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 18.1

ตาราง 18.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

อายุ $\bar{x}$		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		1.33	1.73	1.36	1.83	2.50
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	1.33	-	-.401 (.157)	-.030 (.934)	-.500 (.164)	<b>-1.167*</b> <b>(.001)</b>
21 - 30 ปี	1.73	-	-	.371 (.206)	-.099 (.727)	<b>-.765*</b> <b>(.003)</b>
31 - 40 ปี	1.36	-	-	-	-.470 (.201)	<b>-1.136*</b> <b>(.001)</b>
41 - 50 ปี	1.83	-	-	-	-	<b>-.667*</b> <b>(.048)</b>
51 ปีขึ้นไป	2.50	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 18.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.167

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .765

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P - value เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จะมีค่าเฉลี่ย ในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.136

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่า P - value เท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จะมีค่าเฉลี่ยในการพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .667

**สมมติฐานที่ 2.1.3.3** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวด้านลักษณะการ เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม การศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	ระดับการศึกษา	n	$\bar{x}$	S.D.	t	p
ด้านลักษณะการ	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	23	3.60	.862	2.057	.042
เดินทางมาท่องเที่ยว	ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	77	3.25	.676		

จากตารางที่ 19 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี จะมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยาเฉลี่ย 3.60 และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=2.057$ ,  $p=.042$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.1.3.5** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	ระดับการศึกษา	n	$\bar{x}$	S.D.	t	p
ด้านระยะเวลา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	23	1.26	.449	-4.632	.000
เดินทาง	ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	77	1.94	.978		

จากตารางที่ 20 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว เฉลี่ย 1.94 วัน และการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.26 วัน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=-4.632$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.1.4.5** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	อาชีพ	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	นักเรียน/นักศึกษา	16	1.38	.500
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	23	1.61	.783
	พนักงานบริษัทเอกชน	35	1.69	.676
	เจ้าของธุรกิจ	8	2.25	1.753
	อื่นๆ	18	2.33	1.085
	รวม	100	1.78	.927

จากตารางที่ 21 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ประกอบอาชีพ ค้าขาย จะมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.00 วัน รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน /นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75 วัน และอาชีพเจ้าของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.70 วัน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.482$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	Between Groups	10.889	4	2.722	3.482	.011
	Within Groups	74.271	95	.782		
	<b>Total</b>	<b>85.160</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 22 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.482$ ,  $p=.001$ ) และเมื่อพิจารณาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่ามีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ อาชีพเจ้าของธุรกิจ 2) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ อาชีพอื่น 3) อาชีพข้าราชการ กับ อาชีพอื่นๆ และ 4) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพอื่นๆดังตารางที่ 22.1

ตาราง 22.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

อาชีพ		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ ธุรกิจ	อื่น ๆ
		$\bar{x}$	1.38	1.61	1.69	2.25
นักเรียน/ นักศึกษา	1.38	-	-0.243 (.419)	-0.311 (.247)	-0.875* (.025)	-0.958* (.002)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1.61	-	-	-0.077 (.746)	-0.641 (.080)	-0.725* (.011)
พนักงาน บริษัทเอกชน	1.69	-	-	-	-0.564 (.107)	-0.648* (.013)
เจ้าของธุรกิจ	2.25	-	-	-	-	-0.083 (.825)
อื่น ๆ	2.33	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 22.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา กับ อาชีพเจ้าของธุรกิจ มีค่า P - value เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษาจะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .875

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา กับ อาชีพอื่น ๆ มีค่า P - value เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จะ

มีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .958

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพข้าราชการ กับ อาชีพอื่นๆ มีค่า  $P - value$  เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพข้าราชการ จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .725

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพอื่นๆ มีค่า  $P - value$  เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .648

**สมมติฐานที่ 2.1.5.2** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่างกัน

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	3.37	.885
	10,001 - 20,000 บาท	14	4.14	.662
	20,001 - 30,000 บาท	4	4.00	.000
	30,001 - 40,000 บาท	21	3.85	.654
	40,001 - 50,000 บาท	17	3.29	.985
	50,001 บาทขึ้นไป	28	3.35	1.193
	รวม	100	3.59	.954

จากตารางที่ 23 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือรายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว	Between Groups	10.196	5	2.039	2.396	.043
	Within Groups	79.994	94	.851		
	<b>Total</b>	<b>90.190</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 24 แสดง พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=2.039$ ,  $p=.043$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่จะพบว่า มีคู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 3 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001- 20,000 บาท 2) รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 40,001-50,000 บาท และ 3) รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 24.1

ตาราง 24.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
			3.37	4.14	4.14	3.85	3.29	3.35
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.37	-	<b>-.76786*</b> (.025)	-.62500 (.229)	-.48214 (.119)	.08088 (.802)	.01786 (.951)	
10,001 - 20,000 บาท	4.14	-	-	.14286 (.785)	.28571 (.372)	<b>.84874*</b> (.012)	<b>.78571*</b> (.011)	
20,001 - 30,000 บาท	4.00	-	-	-	-.14286 (.785)	.14286 (.777)	.70588 (.172)	
30,001 - 40,000 บาท	3.85	-	-	-	-	.56303 .064	.50000 (.064)	
40,001 - 50,000 บาท	3.29	-	-	-	-	-	-.06303 (.825)	
50,001 บาทขึ้นไป	3.35	-	-	-	-	-	-	

จากตารางที่ 24.1 แสดงว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มี

รายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .76786

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .84874

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .78571

**สมมติฐานที่ 2.1.5.3** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



ตาราง 25 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	3.20	.841
	10,001 - 20,000 บาท	14	3.71	.834
	20,001 - 30,000 บาท	4	4.00	.000
	30,001 - 40,000 บาท	21	3.50	.719
	40,001 - 50,000 บาท	17	3.33	.471
	50,001 บาทขึ้นไป	28	3.00	.665
	รวม	100	3.33	.733

จากตารางที่ 25 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท พฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือรายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 26 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	Between Groups	7.797	5	1.559	3.219	.010
	Within Groups	45.535	94	.484		
<b>Total</b>		<b>53.333</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 26 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=1.559$ ,  $p=.010$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่จะพบว่า มีคู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 5 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001-20,000 บาท 2) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001-30,000 บาท 3) รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป 4) รายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และ 5) รายได้ 30,001-40,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 26.1

ตาราง 26.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
			3.20	3.71	4.00	3.50	3.33	3.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.20	-	<b>-.50679*</b> (.050)	<b>-.79250*</b> (.044)	-.30012 (.197)	-.12721 (.601)	.20679 (.346)	
10,001 - 20,000 บาท	3.71	-		<b>-.28571</b> (.471)	.20667 (.392)	.37958 (.134)	<b>.71357*</b> (.002)	
20,001 - 30,000 บาท	4.00	-			.28571 (.471)	.49238 (.198)	<b>.99929*</b> (.009)	
30,001 - 40,000 บาท	3.50	-				.17291 (.448)	<b>.50690*</b> (.013)	
40,001 - 50,000 บาท	3.33	-					.33399 (.122)	
50,001 บาทขึ้นไป	3.00	-						-

จากตารางที่ 26.1

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .050 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยว

ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .50679

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .79250

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .71357

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .99929

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .750690

**สมมติฐานที่ 2.1.5.4** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันจะมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 27 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	1,537.50	1421.67
	10,001 - 20,000 บาท	14	4,642.86	2838.12
	20,001 - 30,000 บาท	4	5,000.00	.000
	30,001 - 40,000 บาท	21	4,028.57	1638.03
	40,001 - 50,000 บาท	17	3,400.00	2133.07
	50,001 บาทขึ้นไป	28	5,057.14	4747.50
	<b>รวม</b>	100	3,936.00	3200.17

จากตารางที่ 27 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เฉลี่ยเท่ากับ 5,057.14 บาท รองลงมาคือรายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4,642.86 บาท ตามลำดับ

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	143827185.71	5	28765437.14	3.108	.012
Within Groups	870043214.28	94	9255778.875		
<b>Total</b>	<b>1013870400.00</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.108$ ,  $p=.012$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่จะพบว่า มีคู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 4 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001-20,000 บาท 2) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001-30,000 บาท 3) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 30,001-40,000 บาท และ 4) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 28.1

ตาราง 28.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน $\bar{x}$		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		10,000 บาท					
		1,537.50	4,642.86	5,000.00	4,028.57	3,400.00	5,057.14
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1,537.50	-	3105.357* (.006)	-3462.500* (.045)	-2491.071* (.015)	-1862.500 (.082)	-3519.643* (.000)
10,001 - 20,000 บาท	4,642.86	-	-	-357.143 (.836)	614.286 (.560)	1242.857 (.261)	414.286 (.678)
20,001 - 30,000 บาท	5,000.00	-	-	-	971.429 (.560)	1600.000 (.346)	-57.143 (.972)
30,001 - 40,000 บาท	4,028.57	-	-	-	-	628.571 (.528)	-1028.571 (.244)
40,001 - 50,000 บาท	3,400.00	-	-	-	-	-	-1657.143 (.080)
50,001 บาทขึ้นไป	5,057.14	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 26.1

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่

มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3105.357

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3462.500

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่า P – value เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2491.071

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไปมีค่า P – value เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3519.643

**สมมติฐานที่ 2.1.5.5** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่างกัน

ตาราง 29 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{x}$	S.D.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	16	1.38	.500
	10,001 - 20,000 บาท	14	1.71	.726
	20,001 - 30,000 บาท	4	1.00	.000
	30,001 - 40,000 บาท	21	1.86	1.062
	40,001 - 50,000 บาท	17	1.47	.514
	50,001 บาทขึ้นไป	28	2.29	1.117
	รวม	100	1.78	.927

จากตารางที่ 29 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 วัน รองลงมาคือรายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 วัน และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 วัน ตามลำดับ

ตาราง 30 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านระยะเวลาเดินทาง	Between Groups	14.032	5	2.806	3.709	.004
	Within Groups	71.128	94	.757		
	<b>Total</b>	<b>85.160</b>	<b>99</b>			

จากตารางที่ 30 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=3.709$ ,  $p=.004$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่จะพบว่า มีคู่ที่แตกต่างมีทั้งหมด 4 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป 2) รายได้ 10,001-20,000 บาท กับรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป 3) รายได้ 20,001-30,000 บาท กับรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และ 4) รายได้ 40,001-50,000 บาท กับรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ดังตารางที่ 30.1

ตาราง 30.1 แสดงตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบรายคู่ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		$\bar{x}$	1.38	1.71	1.00	1.86	1.47
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.38	-	-.339 (.289)	.375 (.443)	-.482 (.098)	-.096 (.753)	<b>-.911*</b> <b>(.001)</b>
10,001 - 20,000 บาท	1.71	-	-	.714 (.151)	-.143 (.635)	.244 (.440)	<b>-.571*</b> <b>(.048)</b>
20,001 - 30,000 บาท	1.00	-	-	-	-.857 (.074)	-.471 (.333)	<b>-1.286*</b> <b>(.007)</b>
30,001 - 40,000 บาท	1.86	-	-	-	-	.387 (.176)	-.429 (.091)
40,001 - 50,000 บาท	1.47	-	-	-	-	-	<b>-.815*</b> <b>(.003)</b>
50,001 บาทขึ้นไป	2.29	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 30.1

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .911

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 10,001-20,000 บาท กับ รายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 10,001-20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .571

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 20,001-30,000 บาท กับ รายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 20,001-30,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.286

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 40,001-50,000 บาท กับ รายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป มีค่า P – value เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้อ่าง 40,001-50,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยในการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้อ่าง 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .815

**สมมติฐานที่ 2.1.6.1** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

	สถานภาพ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	p
ด้านวัตถุประสงค์	โสด	61	3.74	.712	-2.240	.027
	สมรส	39	4.03	.495		

จากตารางที่ 31 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เฉลี่ย 4.03 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพโสดจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เฉลี่ย 3.74

เมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=-2.240$ ,  $p=.027$ )

**สมมติฐานที่ 2.1.7.2** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	ประสบการณ์	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว	ครั้งแรก	77	3.44	1.006	-4.109	.000
	มากกว่า 1 ครั้ง	23	4.08	.514		

จากตารางที่ 32 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งแรก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3.44 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 1 ครั้งจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.08 วัน

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมา

ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=4.109, p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.1.7.3** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	ประสบการณ์	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านลักษณะการ	ครั้งแรก	77	3.22	.751	-2.871	.005
เดินทางมาเที่ยว	มากกว่า 1 ครั้ง	23	3.70	.533		

จากตารางที่ 33 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งแรก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 3.22 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 1 ครั้ง จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 3.70 วัน

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=-2.871$ ,  $p=.005$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.1.7.5** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

	สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านระยะเวลาเดินทาง	ครั้งแรก	77	1.94	.951	3.199	.002
	มากกว่า 1 ครั้ง	23	1.26	.619		

จากตารางที่ 34 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งแรก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.94 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการ



เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 1 ครั้ง จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.26 วัน

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t=3.199$ ,  $p=.002$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและ วัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**สมมติฐานที่ 3.1.1** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.582	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 35 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 58.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.582$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.1.2** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.514	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 36 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยที่ระดับความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 51.4

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.514, p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.1.3** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและ วัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทาง	100	.481	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 37 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยที่ระดับความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 48.1

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.481$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.2.1** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย					
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.325	.001	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 38 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 32.5

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.325$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.3.1** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้าน วัตถุประสงค์	100	.317	.001	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 39 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยกับพฤติกรรมท่องเที่ยววัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 31.7

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.317$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.3.2** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.226	.024	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 40 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับ ความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 22.6

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.226$ ,  $p=.024$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.3.3** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการ เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยว ไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการ เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยว ไทย

ตาราง 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะ การเดินทาง	100	.330	.001	ปานกลาง	ตรงกันข้าม



จากตารางที่ 41 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 33.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.330$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.4.1** ปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 42 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์	100	.355	.000	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 42 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 33.5

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.335$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.4.2** ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.240	.016	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 43 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 24.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.240$ ,  $p=.016$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.4.3** ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภยธรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ			
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านลักษณะการเดินทาง	100	.202	.044	ต่ำ

จากตารางที่ 44 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 20.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ( $r=-.202$ ,  $p=.044$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัษรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**สมมติฐานที่ 4.1.1** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.458	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 45 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 45.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.458$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.1.2** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.421	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 46 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 42.1

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.421$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.1.3** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทาง	100	.302	.002	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 47 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 30.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.30.2$ ,  $p=.002$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.1** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.355	.000	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 48 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด



พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 35.5

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.355$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.2** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.372	.000	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 49 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 37.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.372$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.3** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทาง	100	.553	.000	ปานกลาง	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 50 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ ไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 55.3

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.553$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.4** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	100	.270	.007	ต่ำ	เดียวกัน

จากตารางที่ 51 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 27.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.270$ ,  $p=.007$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.5** ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านระยะเวลา ในการ ท่องเที่ยว	100	.233	.020	ต่ำ	เดียวกัน

จากตารางที่ 52 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 23.

และเมื่อพิจารณาการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.233$ ,  $p=.020$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.3.1** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรม ธรรมเนียมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	
ด้าน วัตถุประสงค์	100	-.341	.001	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 53 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 34.1

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.341$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.3.2** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	100	-.244	.014	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 54 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 24.4

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.244$ ,  $p=.014$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.3.3** ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	100	-.511	.000	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 55 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 51.1 และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.511$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



**สมมติฐานที่ 4.4.1** ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การ เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

ตาราง 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	
ด้าน วัตถุประสงค์	100	-.395	.000	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 56 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 39.5

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.395$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.4.2** ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	100	-.229	.022	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 57 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 22.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.229$ ,  $p=.022$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.4.3** ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ					
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	100	-.629	.000	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 58 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติกับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 62.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=-.629$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.4.5** ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมกร ท่องเที่ยว	ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านระยะเวลา การท่องเที่ยว	100	.269	.007	ต่ำ	ตรงกันข้าม

จากตารางที่ 59 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามโดยที่ระดับ ความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 26.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัษรรมชาติ มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.269$ ,  $p=.007$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบ ด้วย ปัจจัยด้าน ผลผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**สมมติฐานที่ 5.1.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้าน วัตถุประสงค์ การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้าน วัตถุประสงค์ การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.336	.001	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 60 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 33.6

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.336$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.1.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

H<sub>1</sub>: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว	100	.289	.004	ต่ำ	เดียวกัน

จากตารางที่ 61 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 28.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (r=.289, p=.004) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.1.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านลักษณะการเดินทาง	100	.353	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 62 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 35.3

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.353$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



**สมมติฐานที่ 5.2.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านวัตถุประสงค์	100	.478	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 63 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 47.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.478$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.2.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	100	.339	.001	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 64 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 33.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.339$ ,  $p=.001$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.2.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	100	.394	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 65 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับ ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 39.4

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.394$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.2.4** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 66 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านค่าใช้จ่าย	100	.199	.048	ต่ำ	เดียวกัน

จากตารางที่ 66 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 19.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.199$ ,  $p=.048$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.3.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้าน วัตถุประสงค์	100	.500	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 67 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 50.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.500$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.3.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมกร ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสใน การกลับมา เที่ยว	100	.508	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 68 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 50.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.508$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.3.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

H<sub>1</sub>: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	100	.472	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 69 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 47.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (r=.472, p=.000) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



**สมมติฐานที่ 5.4.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 70 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.527	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 70 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 52.7

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.527$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.4.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	100	.481	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 71 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 48.1

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.481$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5.4.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 72 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	100	.416	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 72 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 41.6

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.416$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**สมมติฐานที่ 6.1.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว วัดวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.537	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 73 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 53.7

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.537$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.1.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมกา  
 ท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
 พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมกา ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสใน การกลับมา ท่องเที่ยว	100	.488	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 74 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์  
 มีผลต่อพฤติกรรมกาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา  
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับ  
 ความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 48.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ  
 พฤติกรรมกาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
 พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ  
 สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.488$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน  
 ที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.1.3** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมกา  
 ท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
 พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกาท่องเที่ยว ด้าน  
 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				ทิศทาง
	N	R	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	100	.540	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 75 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 54.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.540$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.1.4** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์				
	N	R	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	100	.198	.049	ต่ำ	เดียวกัน

จากตารางที่ 76 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 19.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธ



สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.198$ ,  $p=.049$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.2.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.678	.049	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 77 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิด เป็นร้อยละ 67.8

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.678$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.2.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	
ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว	100	.550	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 78 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 55.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.550$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4.2.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะ การเดินทางมา เที่ยว	100	.419	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 79 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 41.9

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.419$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.3.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้าน วัตถุประสงค์	100	.446	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 80 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 44.6

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.446$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.3.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสใน การเดินทาง กลับมาเที่ยว	100	.662	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 81 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 62.2

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.622$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.3.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

H<sub>1</sub>: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				ทิศทาง
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	
ด้านลักษณะ การเดินทางมา เที่ยว	100	.474	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 82 แสดงว่า ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 47.4

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมากกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (r=.474, p=.000) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.4.1** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด				
	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านวัตถุประสงค์	100	.700	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 83 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 70.0

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธ



สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.700$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.4.2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมกรรมการ ท่องเที่ยว	ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด				
	n	r	Sig. (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านโอกาสใน การกลับมา เที่ยว	100	.653	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 84 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 65.3

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.653$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6.4.3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด					
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านลักษณะ					
การเดินทางมาเที่ยว	100	.626	.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 85 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยที่ระดับความสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 62.6

และเมื่อพิจารณาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r=.626$ ,  $p=.000$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

**ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแยกตามประเด็นต่าง ๆ ตามหัวข้อที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้**

เป็นการศึกษาวิจัยจากการสัมภาษณ์ (Interview) โดยผู้วิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเองตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเนื้อหาที่สัมภาษณ์นั้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจะมีลักษณะเป็นหัวข้อหลักๆ เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำนวนทั้งหมด 10 ข้อด้วยกัน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มจากการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 20 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

## 1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

### คนที่ 1. เพศ ชาย อายุ 45 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ใกล้ กับกรุงเทพฯ เดินทางไป - กลับ สะดวก
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมาตั้งแต่สมัยโบราณ ใครๆต่างมาชื่นชมความงดงาม และยังเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของไทย เป็นเมืองหลวงเมืองแรกของไทย
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของประเทศไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - มีผลกระทบบ้างเล็กน้อย แต่ไม่ถึงกับทำให้שבเราลงไ้ไปมากนัก เนื่องจากบางคนสามารถ แยกแยะได้
  - การเมืองสงบการท่องเที่ยวก็ดีขึ้น
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบนโยบายของรัฐบาล
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรี อยุธยา มากน้อย เพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - มีผลกระทบกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเกิดความเสียหายมาก เกิดความทชุดโทรมลงมาก เกิดความเปลี่ยนแปลง ไม่เหมือนเดิม
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - มีความสะดวกสบายมาก สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก

7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - จำนวนที่พักมีเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ราคาคนไทยกับต่างชาติจะมีความแตกต่างกันมาก
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - การหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคมีความสะดวกสบาย สามารถหาซื้อได้ง่าย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - สื่อที่ควรใช้มากที่สุดคือ รายการโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถมองเห็นภาพและได้ยินเสียงไปพร้อมๆกัน รองลงมาคือสถานีวิทยุที่ค่อนข้างมีผู้ใช้อย่างกว้างขวาง และ อินเทอร์เน็ต แต่ผู้ใช้อยู่ในวงแคบๆ
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - ควรปรับปรุงเรื่องการบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เกิดความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และให้คำแนะนำด้านข้อมูลการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

**คนที่ 2. เพศ ชาย อายุ 36 ปี**

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว เพื่อมาไหว้พระ 9 วัด
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญและมีความสวยงามเป็นอ อย่างมากต่อผู้ที่ได้พบเห็นโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นการอนุรักษ์มรดกของชาติ ของเก่าแก่ของบ้านเมือง ของประเทศ
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย

- มีผลกระทบบ้างแต่ไม่มากนัก เพราะต่างชาติก็มี เหตุการณ์แบบนี้ จึงเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวจึงยังมั่นใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
    - ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว เพราะจะได้ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของไทย และอยากที่จะเดินทางมาเที่ยว
  5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
    - ไม่มีผลกระทบมากนัก เนื่องจากเป็นเรื่องปกติ เป็นเหตุการณ์ธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้ทั่วไป
  6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารหรือไม่
    - การสื่อสารมีความสะดวกสบายดี สัญญาณโทรศัพท์สามารถใช้ได้ดี
  7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
    - ที่พักมีราคาถูก แต่มีจำนวนน้อย และส่วนใหญ่เป็นที่เล็กๆ เช่น บังกะโล ควรจะมีที่ๆที่ใหญ่และดูหรูหรา มีความสะดวกสบายมากกว่านี้
  8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
    - สามารถหาซื้อได้ง่าย เนื่องจากมีร้านค้าเยอะพอสมควร
  9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
    - รัฐต้องช่วยในการโปรโมท
    - รายการโทรทัศน์ เช่น ข่าว
  10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
    - ควรมีการปรับปรุงเรื่องสัญญาณไฟจราจร ไฟเขียว ไฟแดง ที่มีแต่ไม่เปิดใช้งาน ทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย

### คนที่ 3. เพศ หญิง อายุ 31 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยวและทำบุญไหว้พระ เพราะใกล้กรุงเทพ เดินทางไป – กลับสะดวก
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - ทำให้ทราบเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และรู้ว่าชาวพุทธคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ พระพุทธรูป พระพุทธเจ้า คำสอนเกี่ยวกับศาสนาของคนไทย บอกเล่าเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีต
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - น่าจะมีส่วนกระทบบ้าง แต่คงไม่มาก
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่ง ผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ยังไม่เห็นเด่นชัด นโยบายยังไม่ชัดเจนในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรี อยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - มีผลกระทบมากกับสถานที่ท่องเที่ยว เพราะทำให้สถานที่ทรุดโทรมลงไปเยอะ น่าจะมีการบูรณาการขึ้นมาใหม่
  - กับนักท่องเที่ยวไม่มีผลมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางมาดูเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของคนไทยอยู่แล้ว
6. ท่านคิดว่า ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - ดี มีความสะดวกสบาย

7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - มีจำนวน เพียงพอกับนักท่องเที่ยว แต่ราคาถ้าสำหรับคนไทยอาจจะแพงไป แต่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติก็คงไม่แพง
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สามารถหาซื้อได้สะดวกสบาย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - อินเทอร์เน็ต เพราะ สามารถหาข้อมูลต่างๆได้ครบ เช่นเส้นทาง การท่องเที่ยว ที่พัก
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - ควรปรับปรุงเรื่อง ความสะอาด และความปลอดภัยจากถนนหนทาง จากคน
  - ป้ายบอกทางควรจะมีมากขึ้นกว่านี้

#### คนที่ 4 เพศ หญิง อายุ 52 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - พาลูกมาเที่ยว เนื่องจากลูกอยากเดินทางมาดูโบราณสถานต่างๆ เพราะกำลังเรียนอยู่
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และอดีตของไทย
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - มีผลต่อการท่องเที่ยวมาก เนื่องจากคนไทยทะเลาะกันเอง ชาวต่างชาติมาก็เห็นแต่ความวุ่นวายภายในบ้านเมืองทำให้มองได้ว่าเป็นเมืองที่ไม่นำมาท่องเที่ยว เพราะคนตีกันเอง และเส้นทางเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา ก็เกิดความไม่สะดวกสบาย เนื่องจากมีการกีดขวางเส้นทางจราจรในบางพื้นที่



4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - รัฐบาลยังไม่ให้ความสำคัญกับการโปรโมทการท่องเที่ยวเท่าที่ควร
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - มีผลกระทบเป็นอย่างมากกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเสื่อมโทรมลงไปเยอะ แต่กับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นไม่ค่อยมีผล เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่แล้ว
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆ หรือไม่
  - มีความสะดวกสบายดี สามารถหาข้อมูลได้รวดเร็ว
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - มีจำนวนเพียงพอ ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่เรามีว่ามากน้อยแค่ไหน แต่ที่พักจะอยู่รวมกันเป็นแหล่งเดียว ไม่กระจายไปตามจุดต่างๆ มากนัก
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สถานที่ซื้อของบริเวณที่พักสามารถหาได้ง่าย แต่จะรวมกันอยู่ในแหล่งเดียวกัน ไม่ค่อยกระจายเท่าไร
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - อินเทอร์เน็ต
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรจะต้องปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - -

### คนที่ 5 เพศ หญิง อายุ 46 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - มีความตั้งใจที่อยากจะเดินทางมาดูโบราณสถานเก่า อยากเห็นของโบราณที่ยังคงสภาพเดิมอยู่
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - เป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางในการท่องเที่ยว เนื่องจากเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัย
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ในช่วงการโปรโมทโครงการ Unseen In Thailand นั้นเป็นช่วงที่ทำให้คนต่างชาติและคนไทยให้ความสนใจ รับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวของไทย แต่หลังจากนั้นการโปรโมทมีน้อยลงไปมาก ทำให้คนไม่ค่อยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ภาพจากสื่อต่างๆ แสดงถึงความน่ากลัวของสถานการณ์ จึงทำให้คนไม่กล้าเดินทางมาเที่ยวในช่วงที่เกิดน้ำท่วม แต่หลังจากนั้นก็มีย่านท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นปกติ
  - หลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมมีผลกระทบกับสถานที่บางเล็กน้อย คือ อาจทำให้เสื่อมโทรมลงไปบ้าง แต่ผลกระทบกับนักท่องเที่ยวนั้นจะมีน้อย เนื่องจากการเดินทางอาจไม่สะดวก เพราะถนนหนทางมีความเสียหาย

6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่าง ๆ หรือไม่
  - ไม่ค่อยมีสถานที่ที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปดู หรือศึกษาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว
  - ไม่ค่อยแน่ใจเนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ แต่คิดว่าควรจะมีความสะดวก สบายให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากทำให้สามารถติดต่อกับทางบ้านได้ตลอดเวลา หรือสามารถส่งต่อความประทับใจได้ทันที
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ปกติจะมาเช่ากลับเย็นไม่เคยพัก แต่จากที่เห็นดูว่าสถานที่พักนั้นมีน้อย ค่อนข้างเล็ก ส่วนใหญ่เป็นเกสต์เฮ้าส์ หรือไม่ก็ใหญ่เลย เช่น โรงแรม และส่วนใหญ่จะตั้งอยู่แหล่งเดียวกัน ใกล้เคียงกัน
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวกสบาย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - ทางอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในตอนนี้
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - จัดระเบียบความสะอาด ถนนหนทาง และป้ายบอกทาง

#### คนที่ 6 เพศ หญิง อายุ 40 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะอยากมาเห็นโบราณสถาน และวัดต่างๆ จากที่เคยได้เห็นจากในภาพ

2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - มีผลกระทบกับการท่องเที่ยวอย่างมาก เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเกิดความไม่ปลอดภัยทั้งกับร่างกายและทรัพย์สิน
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - รัฐบาลยังไม่ค่อยให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเท่าไร
  - นักท่องเที่ยวส่วนมากจะไปท่องเที่ยวเฉพาะในส่วนที่โปรโมทเท่านั้น
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - กระทบบ้างเล็กน้อยในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เนื่องจากอยุธยาเป็นจังหวัดที่เกิดน้ำท่วมเป็นประจำอยู่แล้ว เมื่อเข้าสู่เหตุการณ์ปกตินักท่องเที่ยวก็เดินทางมาท่องเที่ยวปกติ
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - โดยปกติแล้วไม่ค่อยได้ใช้อินเตอร์เน็ต, Wi-Fi, 3G มากนัก แต่เท่าที่เคยใช้ก็ไม่มีปัญหาอะไรสะดวกสบายดี
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - มีความเหมาะสมทั้งในด้านของราคาและจำนวนสถานที่พัก
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - หาซื้อได้ง่ายสะดวกสบาย เนื่องจากเป็นเมืองเก่า จึงมีตลาดเยอะ

9. ท่านคิดว่าทำให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีคนใช้เยอะ
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - เรื่องที่จอดรถ เพราะไม่มีที่ให้จอดตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างชัดเจน ทำให้ดูแล้วไม่เป็นระเบียบ
  - เรื่องป้ายบอกทาง มีน้อยมาก

#### คนที่ 7 เพศ ชาย อายุ 59 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - พานิสิตที่เรียนประวัติศาสตร์เดินทางมาศึกษาประวัติศาสตร์ไทย
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - ในแง่ของการท่องเที่ยว จะแสดงถึงมรดกทางวัฒนธรรม เป็นรูปธรรมที่ดูแล้วเข้าใจง่าย แสดงถึงความรุ่งเรืองในอดีต
  - ในแง่ของประวัติศาสตร์ จะเป็นหลักฐานที่ช่วยสนับสนุนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อีกทางหนึ่ง
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - มีผลกับการท่องเที่ยว ถ้าการเมืองไม่สงบ นักท่องเที่ยวจะหยุดเดินทาง ธุรกิจทางการท่องเที่ยวจะหยุดหมด ธุรกิจจะเกิดความเสียหาย
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - มุ่งแต่เฉพาะการหาผลกำไร มุ่งแต่การหารายได้ โดยไม่มองถึงผลกระทบที่ตามมา เช่น ผลกระทบทางสังคม ที่ได้มีนักท่องเที่ยวเยอะ คนท้องถิ่นจะดำรงชีพอยู่ยาก เพราะว่า สินค้าที่บริโภคในชีวิตประจำวันจะมีค่าครองชีพที่สูงขึ้นหมด

5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาอย่างมากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - มีผลกระทบบ้างแต่ไม่ยั่งยืน เนื่องจากเมืองไทยไม่ได้ กีดน้ำท่วมเป็นระยะเวลาหลายๆ เป็นแค่ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้ท่วมตลอดเวลา นักท่องเที่ยว ยาวจึงยังคงมีความเชื่อมั่นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่
  - ในอยุธยาก็ยังเหมือนเดิม ทัวร์ก็ยังคงพานักท่องเที่ยวมาเที่ยว เพียงแต่การเข้าชมอาจไม่ใกล้ชิดเหมือนเดิม เนื่องจากมีการปรับปรุงซ่อมแซม
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆ หรือไม่
  - ไม่ค่อยสะดวกสบาย ป้ายบอกทางยังน้อยเกินไป
  - ระบบสัญญาณอื่นๆ เช่น สัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่มีปัญหา มีความสะดวกสบายดี
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - การท่องเที่ยวที่ดีต้องมีที่พักหลายราคา เพราะนักท่องเที่ยวมีหลายระดับ อยุธยาก็น่าจะอยู่ในระดับที่ใช้ได้
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - หาซื้อได้สะดวกสบายมาก แม้ค่ามีมากเกินไปจนไม่เป็นระเบียบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร จะดูแลให้มากขึ้น
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - โทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถมองเห็นภาพและได้ยินเสียงไปพร้อมๆ กัน
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - ป้ายบอกทางยังน้อยเกินไป

**คนที่ 8** เพศ หญิง อายุ 18 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาเพื่อซื้อของฝากซึ่งเป็นของประจำที่ใช้อยู่แล้ว
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญมาก เพราะเป็นของเก่าแก่ และเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัด ถ้าไม่มีสิ่งเหล่านี้ ก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาอยุธยา
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ถ้าเป็นทั่วไปก็อาจจะมีผลกระทบบ้าง เนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยจึงทำให้ไม่กล้าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว
  - ถ้าภายในอยุธยาไม่มีผลกระทบ
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - มีผลกระทบกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้เกิดความเสียหายของโบราณสถาน โบราณวัตถุ
  - มีผลกระทบกับนักท่องเที่ยว คือทำให้ไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - สะดวกสบายดีทั้งระบบสัญญาณต่างๆ และถนนหนทาง

7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - เรื่องราคามีความเหมาะสม แต่มีจำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยวไหมไม่ค่อยแน่นอนใจ เนื่องจาก สถานที่พักจะตั้งอยู่รวมกันเป็นแหล่ง คือจะอยู่ภายในเมืองเป็นส่วนใหญ่ นอกเหนือจากตัวเมืองแล้วจะไม่ค่อยมี
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สามารถหาซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคได้ง่ายและสะดวกสบาย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - อินเทอร์เน็ต เพราะมีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - อยากให้ดูแลเรื่องสถานที่ บางที่มีการบูรณะสถานที่ล่าช้า บางสถานที่ยังเป็นสถานที่รกร้าง ไม่มีการปรับปรุงให้เกิดความน่าสนใจในการท่องเที่ยว

**คนที่ 9** เพศ หญิง อายุ 35 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว เนื่องจากอยู่ใกล้กับกรุงเทพ ฯ เดินทางไป-มาสะดวก ใช้เวลาไม่นาน
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - เป็นแหล่งวัฒนธรรมในการเดินทางมาศึกษา
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย



- มีผลกระทบมากกับการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัย ทำให้ไม่กล้าเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวส ภาพการเงินของประเทศก็ย่ำแย่
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
- ทำให้การท่องเที่ยวดีขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย แต่ควรจะเน้นให้เกิดความตระหนักถึงการอนุรักษ์ด้วย เช่นการแต่งกายในการเข้าวัด หรือโบราณสถานต่างๆควรจะให้มีความเรียบร้อย มีความเคารพในสถานที่
  - น่าจะมีการสร้างจุดขายของประเทศให้มากกว่านี้ ไม่ใช่เน้นแค่โบราณสถานเพียงอย่างเดียว แต่ควรจะมีการเอาศิลปะเข้ามาผสมกลมกลืน เช่นมีการแสดงต่างๆของไทยเพิ่มขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความหลากหลาย และมีการบรรยายเป็นแบบสองภาษา โดยที่กรมศิลปากรหรือกรมการท่องเที่ยว (ททท.) ควรจะเป็นผู้ที่เข้ามาดูแลและจัดทำ
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
- มีผลกระทบมาก คือ 1. นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัย 2. โบราณสถานเกิดความเสื่อมโทรม และถูกทำลายลงไปเยอะ
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
- น่าจะมี Free Wi-Fi ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเปิดหาข้อมูลได้เอง และสามารถหาได้อย่างรวดเร็ว
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
- สถานที่พักมีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว ตั้งรวมอยู่ในแหล่งเดียวกัน
  - ราคาแพงมากเกินไป

8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - มีความสะดวกสบายสามารถหาซื้อได้ง่าย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - สื่อในท้องถิ่น ชาวบ้านในพื้นที่หรือแม่ค้าที่ขายของอยู่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นๆควรมีความรู้ในเรื่องสถานที่ที่ตนอาศัยอยู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามได้
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - ความสะอาด
  - ควรมีการจัดระเบียบสถานที่ร้านค้าภายในสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความเป็นระเบียบ

**คนที่ 10** เพศ ชาย อายุ 40 ปี

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาทำบุญไหว้พระ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีวัดเยอะ
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - เป็นแหล่งท่องเที่ยว
  - เป็นจุดดึงดูด (Landmark) ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เกิดผลกระทบกับการท่องเที่ยว คือทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยว
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบนโยบายของรัฐบาล

- รัฐบาลมองข้ามจุดเล็กๆ เช่นการดูแลนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยว โดยรัฐบาลจะเน้นเพียงแต่สถานที่ท่องเที่ยว ให้มีการปรับปรุงเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งจริงๆ แล้วสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นมีจุดขายในตัวมันเองอยู่แล้ว
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาชุกชามากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
- ผลกระทบกับนักท่องเที่ยวนั้นไม่ค่อยมี เนื่องจากเป็นเพียงแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น พอน้ำลดก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้เหมือนเดิม
  - ผลกระทบกับแหล่งท่องเที่ยว คือ ต้องมีการบูรณะฟื้นฟู ซ่อมแซม
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆ หรือไม่
- ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องของสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้กับนักท่องเที่ยว
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
- ราคามีความเหมาะสม สามารถหาได้ง่าย แต่คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยอยากจะทำมากนัก เนื่องจากไม่มีการสร้างกิจกรรมต่อเนื่องเหมือนกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เชียงใหม่ มีถนนคนเดินในตอนกลางคืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเดินทางไปเช้าและกลับเย็น
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
- หาซื้อได้ง่าย แต่ยังขาดจุดขาย หรือการโปรโมทที่น่าสนใจ เช่น การสร้างร้านดังเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ต้องเดินทางไปกิน หรือการลงหนังสือเกี่ยวกับของขึ้นชื่อของจังหวัด
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
- ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย ถ้าเป็นคนไทยการใช้หนังสือพิมพ์อาจทำให้เข้าถึงได้ง่าย แต่ถ้าเป็นคนต่างชาติ อาจเป็นการใช้แผ่นพับโดยโรงแรมเป็นผู้นำเสนอ หรือบริษัททัวร์ หรือการลงหนังสือ guide book โดยการให้รายละเอียดข้อมูลที่น่าสนใจ

10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
- ควรปรับปรุงเรื่องห้องน้ำให้มีความสะอาด สามารถหาได้ง่ายและมีจำนวนเพียงพอ
  - เรื่องบริเวณที่จอดรถที่ไม่มีการกำหนดพื้นที่ที่แน่นอน
  - การขายของให้กับนักท่องเที่ยวโดยการยึดเยียดจากแม่ค้า พ่อค้า หรือเด็กรอบบริเวณรอบแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้เกิดความรำคาญกับนักท่องเที่ยว

## 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### คนที่ 1. เพศ หญิง จากประเทศ เยอรมัน

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
  - เดินทางมาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ของไทย เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีความสวยงาม น่าเดินทางมาท่องเที่ยว
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะทำให้ทราบเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของไทย
3. ท่านคิดว่า เหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้ยินข่าวเกี่ยวกับการแบ่งแยกออกเป็นสองสีเกี่ยวกับการเมืองในไทย แต่ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกับการท่องเที่ยวของเธอ
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดี ต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา อยุธยาเล็กน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่ได้ส่งผลกระทบการการท่องเที่ยวของเธอ เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนานแล้ว
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - ภายในบริเวณที่พักค่อนข้างสะดวกสบาย สามารถใช้สัญญาณ Wi-Fi ในการติดต่อสื่อสารหรือเพื่อการค้นหาข้อมูลได้ง่าย
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - เธออาศัยอยู่ในโรงแรมซึ่งมีราคาเหมาะสม สวยงาม สะอาด สะดวกสบาย
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สะดวกสบาย สามารถหาซื้อได้ง่าย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guide Book เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เธอสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - -

## คนที่ 2. เพศ หญิง จากประเทศ เยอรมัน

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะอยากรู้จักจังหวัดอยุธยาจากการที่ได้เห็นจากในหนังสือ Guidebook

2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญและมีความสวยงามเป็นอย่างมาก บ่งบอกถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้ยินมาบ้าง แต่คิดว่าคงไม่กระทบกับการท่องเที่ยวของเธอ
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำท่วมที่เคยเกิดขึ้น แต่คิดว่าคงไม่ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวของเธออย่างแน่นอน
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารหรือไม่
  - มีความสะดวกสบายมาก สามารถใช้ Wi-Fi ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ค่อนข้างพอใจ สามารถหาได้ง่าย และ ราคาถูก
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - ค่อนข้างสะดวกสบาย สามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guide Book เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เธอสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา

10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
- เรื่องความสะอาด

### คนที่ 3. เพศ หญิง จากประเทศ เบลเยียม

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นประเทศที่เป็น Highlight ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจาก กรุงเทพฯ หัวหิน และ ชลบุรี
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ประเทศไทยเป็นประเทศที่มั่นคง ปัญหาทางการเมืองคงไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากนัก
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - เธอเคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการ Amazing Thailand แต่ก็ไม่ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดอะไรมากนัก
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรี อยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - เหตุการณ์น้ำท่วมเมื่อปี 2554 ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวของเธอเลยเธอคิดว่ามันเป็นเพียงแค่ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่

- เธอไม่ค่อยได้ใช้ระบบการสื่อสารต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวของเธอภายในจังหวัดอยุธยาอยุธยา
- 7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - เธอชอบที่พักที่เธออาศัยอยู่เป็นอย่างมาก เพราะมีความเป็นธรรมชาติและมีความเหมาะสมในเรื่องของราคา
- 8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - การหาซื้ออาหารค่อนข้างที่จะสะดวกสบาย แต่ไม่ใช่สิ่งที่เธอคุ้นเคยเท่าไหร่นัก
- 9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - เธอไม่ค่อยสนใจเรื่องการโปรโมทมากนัก เธอสนใจด้านธรรมชาติของแต่ละประเทศที่สวยงาม
- 10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - เรื่องความสะดวก โดยเฉพาะ ห้องน้ำ

#### คนที่ 4 เพศ หญิง จากประเทศ สวีเดน

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - มาท่องเที่ยว เพราะชอบท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัด อยากมาดูพระพุทธรูปที่อยู่ใต้ต้นไม้ (วัดมหาธาตุ)
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจมาก ๆ ในการที่ทำให้เธอสนใจอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว



3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นนี้มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้ยินเกี่ยวกับการแบ่งแยกออกเป็นสองสี แต่คิดว่าคงไม่กระทบหากเธอตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่เคยได้ข่าวเกี่ยวกับนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลเลย
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาอย่างมากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่เคยได้ยินข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำท่วมมาก่อน
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่าง ๆ หรือไม่
  - สะดวกสบายเป็นอย่างมาก เธอสามารถต่อสัญญาณ Wi-Fi ภายในที่พักของเธอได้อย่างรวดเร็ว
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ที่พักของเธอดีมาก มีความสะดวกสบาย และมีราคาที่ถูกมากๆ
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - สามารถหาสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคได้ง่าย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guidebook เนื่องจากเธอเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยาเพราะเห็นจากในหนังสือ จึงเกิดความสนใจและอยากที่จะเดินทางมาเที่ยว

10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
- เรื่องความสะอาด โดยเฉพาะ ถึงขยะ

**คนที่ 5** เพศ หญิง มาจากประเทศ ออสเตรเลีย

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากมาฝึกงานอยู่ที่กรุงเทพ
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะบ่งบอกถึงความสวยงาม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้ยินเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองมาบ้างแต่คิดว่าคงไม่กระทบกับการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ไม่ได้สนใจในสิ่งเหล่านี้ แต่สนใจที่จะมาดูความสวยงามของธรรมชาติมากกว่า เช่น ภูเขา หรือ ทะเล
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผล ต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - เธอเคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการต่างๆของรัฐบาลมาบ้างจากการโฆษณาซึ่งก็ทำให้เธอเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรี อยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ช่วงที่เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมเธอก็ได้อยู่ในเหตุการณ์ แต่เธอก็เห็นว่ามันไม่ได้กระทบการท่องเที่ยวมากนัก เพราะเป็นแค่เพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่

- เธอไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตในอยุธยา
- 7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - เธอพักอาศัยที่เกสต์เฮ้าส์ ซึ่งถือว่าดีมาก สวยงามและค่อนข้างสะอาด
- 8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - ร้านอาหารและร้านค้าต่างๆสามารถหาได้ง่าย และมีความสะดวกสบาย เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะร้านอาหารซึ่งมีอยู่มากมาย
- 9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guidebook เนื่องจากเธอเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา เพราะเคยเห็นภาพสถานที่ที่สวยงาม ต่างๆจากในหนังสือ จึงอยากที่จะเดินทางมาดู
- 10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - ควรมีการพัฒนาเรื่องแผนที่ และป้ายบอกทางไปสถานที่สำคัญต่างๆ ควรมีความชัดเจนมากกว่านี้ในเรื่องของรายละเอียด เพื่อความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบช้อปปิ้งยามชมเมืองแบบเธอ

#### คนที่ 6 เพศ ชาย มาจากประเทศ นอร์เวย์

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเลือกที่จะเดินทางมาที่อยุธยา เพื่อมาชมโบราณสถานต่างๆซึ่งมีความเก่าแก่มาก

3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้ยินข่าวมาบ้าง แต่คิดว่าไม่น่าจะเป็นปัญหากับการเดินทางมาท่องเที่ยวของเขา
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดี ต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่เคยได้ยินข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำท่วมเมื่อปี 2554 มาก่อนเลย
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่าง ๆ หรือไม่
  - การเข้าถึงข้อมูล หรือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอยุธยาทำได้ค่อนข้างยาก
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - เขาอาศัยอยู่ในเกสต์เฮาส์ติดแม่น้ำ ซึ่งมีความเป็นธรรมชาติมาก และราคาถูกมาก
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - การหาซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคสำหรับการอาศัยอยู่ที่นี้ ค่อนข้างสะดวกสบาย และมีความหลากหลาย
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guidebook คือสิ่งที่ทำให้เขาสนใจอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อยุธยา
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรจะต้องปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - เรื่องความสะดวก โดยเฉพาะห้องน้ำที่ควรจะต้องสะอาดมากกว่านี้

### คนที่ 7 เพศ ชาย จากประเทศ ฝรั่งเศส

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะมาดูโบราณสถานต่างๆที่เห็นจากในหนังสือ Travel guide
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ทำให้เขาสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวที่นี่
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์ การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ไม่เคยได้ยินเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองในไทย
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทย
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยุธยาเล็กน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่เคยได้ยินข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำท่วมในไทย
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - ยังไม่เคยใช้สัญญาณต่างๆในการติดต่อหรือหาข้อมูลต่างๆในการท่องเที่ยว
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ค่อนข้างดี และราคาถูกมากๆ
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - หาได้สะดวกสบายทั้งสินค้าอุปโภค และบริโภค

9. ท่านคิดว่าทำให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Travel Guide เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนที่นี่
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - เรื่องความสะดวก โดยเฉพาะเรื่องขยะ ซึ่งมีอยู่มากมาย และห้องน้ำส่วนรวมที่ควรสะอาดมากกว่านี้

#### คนที่ 8 เพศ หญิง มาจากประเทศ สเปน

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อชมความงามของโบราณสถานต่างๆ
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัดที่มีความสวยงามอย่างมาก ทำให้เธอเกิดความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวจากการเห็นรูปภาพ
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ไม่กระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของเธอ
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่มีผลกระทบกับการท่องเที่ยวของเธอ
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่

- เธอไม่ค่อยได้ใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเท่าไรนัก แต่เธอสามารถสอบถามข้อมูลจากคนในพื้นที่ได้ เพราะพวกเขาสามารถพูดคุยโต้ตอบเธอได้
- 7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ไม่ทราบ เนื่องจาก เพิ่งเดินทางมาถึง แต่คิดว่าน่าจะดี
- 8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - การหาซื้อสินค้าและอาหารของเธอสะดวกสบายมาก และเธอชอบอาหารไทยมากๆ
- 9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
  - Guidebook เนื่องจากที่เธอเดินทางมาท่องเที่ยวในอยุธยา เพราะได้เห็นจากในหนังสือท่องเที่ยว
- 10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
  - -

#### คนที่ 9 เพศ หญิง มาจากประเทศ เดนมาร์ก

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
  - เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะมีวัดเยอะและอยากที่จะมาดูโบราณสถานต่างๆด้วย
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของ ไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - ไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของเธอ เพราะเธอไม่ได้สนใจในเรื่องเหล่านี้
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร

- ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาอย่างมากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
- ไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของเธอ
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
- ไม่ค่อยสะดวกสบาย เธอไม่สามารถเข้าเว็บไซต์ต่างๆในการหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และเธอไม่เคยเข้าเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเลย (ททท.)
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
- ยังไม่ทราบ เพราะ เพิ่งเดินทางมาถึง
8. ท่านคิดว่า การหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
- เธอสามารถหาซื้ออาหารได้ง่าย และเธอชอบอาหารไทยมากๆ
9. ท่านคิดว่า การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
- Guidebook เนื่องจากที่เธอเดินทางมาท่องเที่ยวในอยุธยา เพราะได้เห็นภาพสวยๆจากในหนังสือท่องเที่ยว
10. ท่านคิดว่า ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
- -

#### คนที่ 10 เพศ ชาย มาจากประเทศ สวีเดน

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
- เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย



2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
  - มีความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาเพื่อชื่นชม และทำให้ทราบเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของไทย
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
  - เคยได้เห็นทางรายการต่างๆในทีวี แต่ไม่ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดมากนัก และคิดว่าคงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
  - เคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการ Amazing Thailand และ โครงการ Unseen in Thailand ซึ่งเป็นโครงการที่ดังมากๆสำหรับเขา
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
  - ไม่ค่อยทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์ แต่ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของพวกเขา หากตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว
6. ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่
  - ไม่ค่อยได้ใช้ระบบการสื่อสารเท่าไรนักในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้สำหรับเขา
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
  - ที่พักมีความสวยงาม และค่อนข้างเป็นธรรมชาติมาก เนื่องจากอยู่ใกล้แม่น้ำ
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
  - การหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคเป็นเรื่องที่ยากสำหรับเขา เนื่องจากไม่คุ้นเคยกับอาหารเหล่านี้

9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
- อินเทอร์เน็ต เนื่องจากการที่พวกเขาได้เดินทางมาที่นี่ เพราะการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด
- อยากให้มีการดูแลเรื่องการจัดการบริเวณสวนสาธารณะให้มีดอกไม้เยอะกว่านี้ เพราะทำให้อากาศดูสดชื่นมากขึ้น



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัยได้ดังนี้

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สัญชาติ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยภายนอกต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

#### ความสำคัญของการวิจัย

1. ให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลให้กับองค์กรต่างๆที่ได้ดำเนินการในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆที่เราไม่สามารถควบคุมได้ หรือ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม

3. เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

### 1. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัด

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา วิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัยเชิงปริมาณคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน โดยมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ และแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์กับ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอ  
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด แต่ทำเป็น 2 ภาษาด้วยกัน คือ แบบสอบถามที่เป็นฉบับภาษาไทย และแบบสอบถามที่เป็นฉบับภาษาอังกฤษ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยที่ภายในแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ตอน ซึ่งในแต่ละตอนจะเป็นคำถามปลายปิดสอบถามระดับความคิดเห็น แบบ Likert Scale 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยการเรียงคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราทางวิชาการ และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย
2. กำหนดรายละเอียดโครงสร้างแบบสอบถามตามประเด็นสำคัญของความมุ่งหมาย และขอบเขตการศึกษา
3. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจ แก้ไข แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ
4. นำแบบสอบถามขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน ตรวจแก้สำนวนภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อกรรมการควบคุมปริญญาโทเพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด ซึ่งในแบบสอบถามจะมีคำถามทั้งหมด 51 ข้อ โดยแบ่งเป็น

- |                                    |        |
|------------------------------------|--------|
| 1. คำถามลักษณะส่วนบุคคลจำนวน       | 7 ข้อ  |
| 2. ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรม | 15 ข้อ |
| 3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด   | 19 ข้อ |
| 4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว           | 10 ข้อ |

ในการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเฉพาะคำถามที่เป็น Rating Scale มาหาค่าความเชื่อมั่น ซึ่งมีทั้งหมด 42 ข้อ คือ ปัจจัยภายนอก 15 ข้อ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 19 ข้อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว 8 ข้อ จะได้ค่าดังนี้

6.1 จากการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 15 คน ได้ค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ .8199

6.2 จากการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 คน ได้ค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ .8795

7. ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วนำเสนอคณะกรรมการควบคุม ปรินญาณีพนธ์อีกครั้งเพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการนำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้บริโภคตามเขตที่กำหนด โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่าง เข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต เอกสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หนังสือต่างๆ เป็นต้น

## การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อสำหรับการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ได้ตั้งไว้ในสมมติฐานในโปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติ t – test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อทดสอบการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะ ประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและความแตกต่างของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านภูมิธรรมชาติและส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง

ด้านภัยธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## 2. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการเจาะลึก (In – depth interview)

### การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน และ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 คน

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างจากระเบียบวิธีการทางการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มจากการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 20 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ

แบบสัมภาษณ์ (Interview) เกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอพระนครศรีอยุธยา



จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจะมีลักษณะเป็นหัวข้อหลักๆ เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ ด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

### การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ที่ต้องการศึกษา
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นำเสนอโดยแยกตามประเด็นต่างๆตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในลักษณะเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

### สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายผลได้ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

#### นักท่องเที่ยวชาวไทย

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเป็นเพศชายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และมีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคืออาชีพเจ้าของธุรกิจจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และสมรสจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมามากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 และเคยมาครั้งแรกจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

### นักท่องเที่ยวต่างชาติ

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชายจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคืออายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีกับ 41-50 ปี เท่ากัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 31-40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และมีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอาชีพอื่นๆ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 อาชีพเจ้าของธุรกิจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และรายได้ 20,001-30,001 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 และสมรสจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ตามลำดับ

ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาครั้งแรก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเคยมามากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

## นักท่องเที่ยวชาวไทย

1. ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี มีความสำคัญอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือประเพณีและเทศกาลสำคัญต่างๆมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ /วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ตามลำดับ

2. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 ตามลำดับ

3. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 รองลงมาคือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 และ สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 ตามลำดับ

4. ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 และ น้ำท่วมส่งผลกระทบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 ตามลำดับ

## นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1. ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า วัฒนธรรมความเป็นอยู่ /วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคืออาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ คนไทยมีอัธยาศัยดีและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ
2. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 ตามลำดับ
3. ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 รองลงมาคือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และ สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ตามลำดับ
4. ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 รองลงมาคือ น้ำท่วม ส่งผลกระทบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.19 และ การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศส่งผลต่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

### นักท่องเที่ยวชาวไทย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก เช่น โรตีสายไหม ก๋วยเตี๋ยวเรือ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ สินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่าง ๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่าง ๆ มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ การมีระบบบริการการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในการจ่ายค่าสินค้าที่มีราคาสูง หรือ การจองที่พัก แทนการใช้เงินสดมีความสะดวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สามารถหารายละเอียด เช่น ราคาที่พัก เส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านค้าต่างๆ ได้จากทาง Web Site โดยตรงของจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความสะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอยกระทงกรุงเก่า งานเทศกาลลอยกระทงกรุงเก่า เช่น กิจกรรมกินก๋วยเตี๋ยวเรือ กิจกรรมวันช้างไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และการประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีหลากหลายช่องทาง เช่น ทาง Web Site, โทรทัศน์, วิทยุ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

#### นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณ Wi-Fi อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ห้องน้ำ มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และการให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรม หรือ ที่พักต่างๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยาเป็นที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาค่าที่พักต่างๆมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความ สะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่าน ระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบาย สามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมา จองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ เส้นทางถนน มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และมีแสงไฟเพียงพอต่อการเดินทางในเวลา กลางคืน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ วารสารการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้ จากทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ การจัด แพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองใน ราคาถูกเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ



**ส่วนที่ 4** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง  
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

#### **นักท่องเที่ยวชาวไทย**

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ไทยส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยภาพรวม  
อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเดินทางมาไหว้พระ อยู่ใน  
ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ เดินทางมาชมศิลปะ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.29 และเดินทางมาชมโบราณสถาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วน  
ใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรม ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางด้วยตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ เดินทางในวันหยุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และเดินทาง  
ซื้อแพ็คเกจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี  
พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2,718 บาท

5. ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว  
เฉลี่ย 1.59 วัน

#### **นักท่องเที่ยวต่างชาติ**

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยภาพรวม อยู่

ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางมาชมศิลปะและเดินทางมาชมโบราณสถานเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ เดินทางมาพักผ่อน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และเดินทางมาไหว้พระ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินทางในวันหยุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาคือ เดินทางด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเดินทางซื้อแพ็คเกจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3,936 บาท

5. ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.78 วัน

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1.** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน



รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสบการณ์เดินทางมาอยุธยา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การเดินทางมาอยุธยาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

เพศ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกันในทุกด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาใน

การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาการท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลายานการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้าน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมือง  
พระนครศรีอยุธยา ๗ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการ  
การท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.05

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการ  
ท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการ  
ท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้าน  
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมือง  
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประสบการณ์การเดินทางมาอยุธยา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์เดินทางมา  
ท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้าน  
ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้าน และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมือง  
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประสบการณ์การเดินทางมาอยุธยา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์เดินทางมา  
ท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และ  
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่  
แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรม ไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### **ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย**

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย**

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ปัจจัยด้านการเมืองไทย**

ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการเมืองไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ปัจจัยภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทย**

ปัจจัยภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### **ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย**

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยด้านการเมืองไทย

ปัจจัยด้านการเมืองไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการเมืองไทย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทย

ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ไม่ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้ วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา ยุทธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมา

ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันในทุกๆด้านได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นสถานที่ที่มีความสวยงามในด้านของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และวัดต่างๆมากมายที่มีความเก่าแก่ และยังคงเป็นสถานที่ที่คงไว้ซึ่งประเพณีอันเก่าแก่มากมาย เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ มีอาหารหลากหลายไว้บริการกับนักท่องเที่ยว โดยอาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัดก็คือ ก๋วยเตี๋ยวเรืออยุธยา รวมถึงเป็นสถานที่ที่รวมสถานที่สำคัญและบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ไว้ อย่างมากมาย เช่น สมเด็จพระนเรศวร สมเด็จพระศรีสุริเย่ไทย จึงสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัยให้เดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะด้านเพศนั้นจะมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาลักษณ์ ทองสุข (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และในด้านงบประมาณในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรพรรณ ธรรมตั้งมั่น (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไทร เขตจอมทอง กรุงเทพมหานครพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไทร ไม่แตกต่างกัน

ลักษณะด้านระดับการศึกษา จะมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาลักษณ์ ทองสุก (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และในด้านงบประมาณในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ลักษณะด้านอาชีพ และ ลักษณะด้านรายได้ต่อเดือน จะมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีอาชีพและรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ลักษณะด้านสถานภาพสมรส จะมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า/ของฝากที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้แตกต่างกัน)

ลักษณะด้านประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอยุธยาโดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว และมีความประทับใจในความสวยงามของโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีความเก่าแก่จึงอยากที่จะเดินทางกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง รวมถึงการเดินทางมาทำบุญไหว้พระ เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีวัดที่มีชื่อเสียง และมีความเก่าแก่มากมายหลายวัดด้วยกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัยรัตน์ รุ่งสว่าง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ภูเขาเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว ที่มีเพศ อาชีพ และชาติพันธุ์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ภูเขาเสม็ด จังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันเพียงในบางด้านเท่านั้น จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว โดยที่อายุ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัยรัตน์ รุ่งสว่าง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ภูเขาเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว ที่มีเพศ อาชีพ และชาติพันธุ์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ภูเขาเสม็ด จังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ภูเขาเสม็ด จังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Mill and Morrision. (1995) ที่ได้กล่าวอ้างไว้ในงานวิจัยของ สุกัญญา เจริญศรี (2549) เรื่อง การศึกษา ว่าเมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็นิยม

ที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะทำให้โอกาสในการประกอบอาชีพที่มีรายได้เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

4. อาชีพ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร จันทรวิโรจน์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์วิกฤติทางการเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจด้านราคา เกณฑ์การตัดสินใจด้านความปลอดภัย จำนวนครั้งในการมาประเทศไทย พฤติกรรมหลังการใช้บริการด้านความคุ้มค่าในการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความพึงพอใจโดยรวม และด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเทียบกับแหล่งอื่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้าน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Mill and Morrision. (1995) ที่ได้กล่าวอ้างไว้ในงานวิจัยของ สุกัญญา เจริญศรี (2549) เรื่อง รายได้ต่อเดือน ว่าจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอสำหรับใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สรุปได้ว่า เมื่อมีรายได้มากขึ้นสัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

6. สถานภาพสมรส แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร จันทรวิโรจน์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์วิกฤติทางการเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้านเกณฑ์การตัดสินใจด้านราคา พฤติกรรมหลังการใช้บริการด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยวด้านความคาดหวัง ด้านความคุ้มค่าในการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความพึงพอใจโดยรวม และด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเทียบกับแหล่งอื่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



7. ประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้าน และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและ วัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ วัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี ความมีธรรมาศัยไมตรีที่ดี การแต่งกาย อาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับ อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ประเพณีและเทศกาลสำคัญต่างๆมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับ ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ นโยบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาล เหตุการณ์ การชุมนุมทางการเมือง และสถานการณ์ทางการเมือง นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

4. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ เหตุการณ์น้ำท่วม ความพร้อมการแก้ไขสถานการณ์ภัยพิบัติ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ วัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี การแต่งกาย อาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย เฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี เฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาส ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว

ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับ ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำ เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ นโยบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาล เหตุการณ์การชุมนุมทางการเมือง และสถานการณ์ทางการเมือง นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

4. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยภายนอกด้านภัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ เหตุการณ์น้ำท่วม ความพร้อมการแก้ไขสถานการณ์ภัยพิบัติ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับไทยมีความพร้อมในการแก้ไขเหตุภัยธรรมชาติ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

**จากสมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 ข้อที่ 1** ปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม มีความสอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบของการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นมรดกตกทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบของการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป ความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น **ข้อที่ 2 และข้อ**

ที่ 3 คือปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยภายนอกด้านการเมืองนั้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของกองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ผลผลิตอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการ ในหัวข้อปัจจัยภายนอก ด้านสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสดำเนินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวในระยะเวลาสั้นๆ ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง และข้อที่ 4. ปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทย เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งอาจจะกินเวลานาน หรือเวลาสั้นๆ ก็แล้วแต่สิ่งที่เกิดขึ้นนั้น ได้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด มีความสอดคล้องกับทฤษฎีองค์ประกอบของการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านลักษณะภูมิอากาศ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไปไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ หรือต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศของบริเวณที่ตนจะไปล่วงหน้าก่อน ออกเดินทาง ตลอดจนสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าไปท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ภูมิอากาศมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทุกชนิด กล่าวได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามฤดูกาล และข้อมูลทางภูมิอากาศจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวให้บรรลุผลตามต้องการ

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก

ระบบสาธารณสุข โภค การบริการ อาหาร และสินค้าอุปโภค บริโภค นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสินค้าประจำจังหวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชุมพรในเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรครั้งนี้

2. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ระบบการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในสินค้าที่มีราคาสูง ราคาที่พัก ราคาค่าเข้าชมโบราณสถาน ราคา ค่าสินค้าอาหาร และบริการ และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับราคาค่าเข้าชมโบราณสถานมีความเหมาะสม เฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด การไปเยี่ยมชมโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีความเก่าแก่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะมีการเก็บค่าบริการค่าเข้าชมสถานที่ ซึ่งราคานักท่องเที่ยวชาวไทย กับราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีความแตกต่างกันประมาณ 40 บาท เช่น การเข้าวัดพระศรีสรรเพชญ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเสียค่าเข้าเพียงแค่ 10 บาท แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเสียค่าเข้าชมราคา 50 บาท จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นในข้อราคาค่าเข้าชมโบราณสถาน โบราณวัตถุมีความเหมาะสมมากที่สุด เพราะมีราคาที่ไม่แพงมาก

3. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผู้วิจัยได้ใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้แก่ การจองห้องพัก การจองตั๋วเดินทาง ถนนหนทางในการเดินทางมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และ การค้นหารายละเอียดที่พัก นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับการหารายละเอียดที่พักเฉลี่ยอยู่

ในระดับมากที่สุด ซึ่งโดยปกติแล้วในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมักจะมีการค้นหารายละเอียดข้อมูลต่างๆจากอินเทอร์เน็ตอยู่ก่อนแล้ว เช่นเส้นทางการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงการหาที่พักหากเป็นการเดินทางระยะไกล และมีการจองเตรียมพร้อมล่วงหน้าเป็นส่วนใหญ่ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในโปรแกรมการเดินทางตามที่ได้จัดเตรียมไว้

4. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ การจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว และการจัดเทศกาลต่างๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต เน็ตเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นายณรงค์ มีนวล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด คือ สื่อจากโทรทัศน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ พลอดโปร่ง (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการไปเที่ยวประเทศเยอรมันนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศเยอรมันนี้จากคำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับท่องเที่ยว จากอินเทอร์เน็ต มีระดับการรับรู้มาก และจากคำแนะนำจากบุคคลที่เคยไปมาแล้ว จากงานนิทรรศการต่างๆ จากโทรทัศน์ วิทยุ จากสื่อสิ่งพิมพ์มีระดับการรับรู้ปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายใน

การเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภค การบริการ อาหาร และสินค้าอุปโภค บริโภค นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับระบบสาธารณูปโภคเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี ในทิศทางตรงกันข้ามคือ พบว่า ทักษะคติด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวมีทักษะคติที่ดีต่อที่พักที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สวยงาม แต่มีระดับทักษะคติที่ไม่ดีต่อที่พักมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน

2. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคาที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้แก่ ระบบการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในสินค้าที่มีราคาสูง ราคาที่พัก ราคาค่าเข้าชมโบราณสถาน ราคาค่าสินค้า อาหาร และบริการ และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้องกับราคาที่พักต่าง ๆ มีความเหมาะสมเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมกมล พวงพรหม (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทักษะคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ พมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทักษะคติเกี่ยวกับราคาของที่พักอยู่ในระดับที่ดี และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีทักษะคติเกี่ยวกับความหลากหลายของบริการ ราคาค่าบริการ และการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี พบว่า ทักษะคติด้านที่พัก พบว่า ทักษะคติด้านร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทักษะคติปานกลางต่อ ราคาสินค้าและของที่ระลึกมีความเหมาะสมและมีสินค้าและของที่ระลึกให้เลือกหลายรูปแบบ

3. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวใน

อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ การจองห้องพัก การจองตั๋วเดินทาง ถนนหนทางในการเดินทางมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และการค้นหารายละเอียดที่พักนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวข้อกับการจองที่พักต่างๆเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ .สุราษฎร์ธานี พบว่า ทักษะคติด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวมีทักษะคติที่ดีต่อที่พักที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สวยงาม แต่มีระดับทักษะคติที่ไม่ดีต่อที่พักมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน

4. จากการศึกษาเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว และด้านลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นได้แก่ การจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การรับรู้ ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว และการจัดเทศกาลต่างๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในข้อที่เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากวารสาร หรือแผ่นพับการท่องเที่ยวเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศร ฉายแสง (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในทิศทางตรงกันข้ามคือ พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมกมล พวงพรหม (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านที่พัก และด้านแหล่งบันเทิง ในการ



ท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร และ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร

### การอภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวินิจฉัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 20 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างละ 10 คน โดยหัวข้อที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์จะมี 10 หัวข้อด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัยภายนอก และส่วนประสมทางการตลาด แต่จะไม่ได้ใช้ข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคล ตาม สมมติฐานข้อที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และ สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีลักษณะทางด้านส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมาวิเคราะห์ด้วย

การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน ว่าเป็นไปตามผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณหรือไม่ โดยการสัมภาษณ์มีคำถามดังนี้

**คำถามข้อที่ 1.** เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ คือถามว่า ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า สาเหตุที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อมาเยี่ยมชมโบราณสถานที่มีความสวยงาม และเก่าแก่ และเดินทางมาเพื่อทำบุญ ไหว้พระ โดยเฉพาะการไหว้พระ 9 วัด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ เดินทางมาทำบุญ ไหว้พระ รองลงมาคือ เดินทางมาชมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจ และเดินทางมาชมโบราณสถาน และโบราณวัตถุซึ่งสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ไทย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า สาเหตุที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อมาเยี่ยมชมโบราณสถาน โบราณวัตถุต่างๆที่มีความสวยงาม และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทย ซึ่งเคยได้เห็นจากในหนังสือ Guidebook รองลงมาคือ การเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ การเดินทางมาชมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจ รองลงมาคือ เดินทางมาพักผ่อน และเดินทางมาทำบุญ ไหว้พระ ตามลำดับ ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 2, 3, 4, 5** เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งตรงกับสมมติฐานข้อที่ 3 และ 4 คือ

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคำถามมีอยู่ว่า

**คำถามข้อที่ 2.** ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีตภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า เป็นสถานที่ที่มีความสวยงาม และมีความหมายทางประวัติศาสตร์ บ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาในอดีต เป็นสถานที่ที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอีกสถานที่หนึ่งทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ เป็นแหล่งในการศึกษาหาความรู้ สำหรับบุคคลที่ต้องการจะศึกษาถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของไทย ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่ง ก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีตนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อการท่องเที่ยว เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ไทย วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีตที่ให้ความสำคัญกับศาสนา อีกทั้งสถานที่ต่างๆเหล่านี้ยังมีความสวยงามอยู่ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้คนอยากเดินทางมาเยี่ยมชมความสวยงามของสิ่งต่างๆเหล่านี้ จึงมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ การให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 3 และ 4** เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย ผู้วิจัยจะขอสรุปผลหลังจากได้วิเคราะห์คำตอบที่เป็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่แล้ว

**คำถามข้อที่ 3** .ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า ทำให้ นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในด้านร่างกาย และทรัพย์สิน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ด้านการเมืองไทยในทิศทางตรงกันข้าม คือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ซึ่งหากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ ในข้อนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลควรที่จะอยู่ในระดับความคิดเห็น คือ เห็นด้วย หรือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพในข้อนี้จึงไม่สามารถนำไปเป็นเหตุผลเพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า ไม่ค่อยรู้เรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองของไทย หรือนักท่องเที่ยวบางคนอาจจะเคยมีการได้ยิน ได้รับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองเรื่องกา รแบ่งสื่ออยู่บ้าง แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองว่า ไม่มีความเกี่ยวข้อง หรือไม่มีผลกระทบใดๆต่อการท่องเที่ยวของพวกเขา ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ด้านการเมืองไทย คือ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองทำให้ นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 4.** ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า รัฐบาลยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการโปรโมทการท่องเที่ยวเท่าไรนัก การโปรโมทของรัฐบาลจะเน้นการสร้างจุดขายที่เป็นจุดใหญ่ๆเช่นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม อย่างเช่น โครงการ Unseen in Thailand แต่ล้มการสร้างจุดขายจุดเล็กๆไป เช่น การสร้างร้านอาหารร้านดังๆเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือการผสมผสานวัฒนธรรมทางด้านศิลปะของไทย เช่น การรำ ควบคู่กับการเยี่ยมชมโบราณสถานต่างๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยคือ หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล หรือโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยเลย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทยในทิศทางตรงกันข้ามคือ หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งหากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ ในข้อนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลควรที่จะอยู่ในระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพในข้อนี้จึงไม่สามารถนำไปเป็นเหตุผลเพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 5.** ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า มีผลกระทบต่อ สถานที่ท่องเที่ยว คือ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเกิดความเสียหาย ทรุดโทรมลงไป แต่ไม่มีผลกระทบต่อ นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น เมื่อเข้าสู่ภาวะปกติ นักท่องเที่ยว ก็จะกลับมาท่องเที่ยวเหมือนเดิม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทยคือ น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า ไม่มีทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์อุทกภัยที่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน นักท่องเที่ยวบางคนเคยได้ยินเกี่ยวกับ เหตุการณ์มาบ้าง แต่มีความคิดเห็นว่ามีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของพวกเขา เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น และเป็นเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นเมื่อนานมาแล้ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทยในทิศทางตรงกันข้ามคือ น้ำท่วมส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งหากการวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ ในข้อนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลควรที่จะอยู่ในระดับความคิดเห็น น้อย คือ ไม่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพในข้อนี้จึงไม่สามารถนำไปเป็นเหตุผลเพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 6, 7, 8, 9** เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งตรงกับสมมติฐานข้อที่ 5 และ 6 คือ

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคำถามมีอยู่ว่า

**คำถามข้อที่ 6.** ท่านคิดว่าภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆหรือไม่

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า การใช้สัญญาณ Wi-Fi หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร หรือเพื่อการค้นหาข้อมูล รวมถึงสัญญาณโทรศัพท์ มีความสะดวกสบาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณ Wi-Fi มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า พวกเขาไม่ค่อยได้ใช้ระบบการสื่อสารต่างๆ โดยเฉพาะสัญญาณ Wi-Fi ในการค้นหาข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยว หรือเพื่อการติดต่อใดๆ มีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อยที่ใช้ และพบว่า การใช้สัญญาณ Wi-Fi ในการค้นหาข้อมูล สามารถที่จะใช้ได้ดีเมื่ออยู่ภายในโรงแรมหรือที่พักของตน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) คือ แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณ Wi-Fi มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 7.** ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า ที่พักส่วนใหญ่จะมีราคาแพง และตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน หรือรวมกันอยู่เป็นแหล่งเดียว ไม่มีการกระจายออกไป คือ ที่พักส่วนใหญ่มักจะตั้งอยู่ในบริเวณอำเภอเมือง มากกว่าอำเภออื่นๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในทิศทางตรงกันข้าม คือ ราคาที่พักต่างๆ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งหากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพ ในข้อนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลควรที่จะอยู่ในระดับความคิดเห็น น้อย

คือ ไม่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพในข้อนี้จึงไม่สามารถนำไปเป็นเหตุผลเพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า พวกเขาค่อนข้างที่จะพอใจในที่พักที่มีราคาถูก มีความสวยงาม สะอาด และมีความสะดวกสบาย บางที่อยู่ติดกับริมแม่น้ำ ทำให้ใกล้ช้อปปิ้งกับธรรมชาติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา คือ ราคาที่พักต่างๆมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 8.** ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบเหมือนกันว่า การหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภค บริโภค โดยเฉพาะอาหาร สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวกสบาย โดยเฉพาะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

เป็นการสัมภาษณ์เพิ่มเติม นอกเหนือจากในแบบสอบถาม ในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสินค้าอุปโภค และบริโภค เป็นสินค้าที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภทบริโภค ในเรื่องของอาหาร ที่ควรจะมีการให้บริการอย่างทั่วถึง สามารถหาซื้อได้ง่าย มีความหลากหลาย สะอาด และปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มเติมความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว

**คำถามข้อที่ 9.** ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า สื่อที่ควรใช้ในการโปรโมทการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดอันดับหนึ่งคือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากยุคนี้เป็นยุคแห่งเทคโนโลยี การใช้อินเทอร์เน็ตจะทำให้ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน รวดลงมาคือ โทรศัพท์ ซึ่งเป็นสื่อที่คนไทยทั่วไปเข้าถึงง่ายที่สุดและมีใช้เกือบทุกรัวเรือน เป็นสื่อที่ทำให้ได้เห็นภาพและได้ยินเสียงไปพร้อมๆกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า สิ่งที่ทำให้พวกเขามีความสนใจ และอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อมาชมความสวยงามของวัด และโบราณสถานต่างๆ คือ การเห็นภาพ และได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ จากหนังสือ Guidebook หรือหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวที่ หาซื้อได้จากในประเทศของพวกเขา ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ วารสารการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้

**คำถามข้อที่ 10.** ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า 1. การบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เกิดความสะดวกสบาย ปลอดภัย ในการเดินทางท่องเที่ยว 2. ป้ายบอกทางควร จะมีความชัดเจนมากกว่านี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายขึ้น รวมถึงสัญญาณไฟจราจรที่ไม่มีการเปิดใช้ในบางจุด ทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย 3. เรื่องความสะอาด 4. ควรมีการจัดบริเวณที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญให้เป็นระเบียบมากกว่านี้ และ 5. ควรมีการจัดระเบียบร้านค้าต่างๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเรียบร้อย

จากการวิเคราะห์คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า อันดับแรก ที่อยากให้นักท่องเที่ยวช่วยดูแลคือ เรื่องของความสะอาด โดยเฉพาะ ห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวใช้บริการอย่างมาก รองลงมาคือเรื่องขยะ ซึ่งนักท่องเที่ยวบอกว่า ขยะในบริเวณ แหล่งท่องเที่ยวมีขยะมากเกินไปและสุดท้ายคือเรื่องป้ายบอกทาง ที่ควรจะมีชัดเจนมากกว่านี้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่พักอาศัยในจังหวัดอยุธยา มักจะชอบใช้จักรยานในการเดินทางท่องเที่ยว ชมเมืองด้วยตนเอง

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้



1. จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยภายนอกได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมือง และปัจจัยด้านภัยธรรมชาติ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมไทยที่มีส่วนในการสร้างแรงจูงใจและผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น การเดินทางมาทำบุญไหว้พระ การเดินทางมาพักผ่อน และด้านโอกาสในการเดินทางกลับมา ท่องเที่ยวอีก ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลจัดการในส่วนของการท่องเที่ยวของจังหวัดอยุธยาได้เข้ามาดูแลจัดการในเรื่องของภาพลักษณ์ หรือความมีเสน่ห์ของอยุธยาในด้านของการอนุรักษ์ไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น เอกอัครราชทูต ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย รวมถึงโบราณสถานต่างๆไว้ให้ยังคงมีความสวยงาม และยังคงอยู่ไว้ เพื่อเป็นแหล่งจูงใจในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นไทย ความสวยงามของวัดและโบราณสถานที่ยังคงถึงประวัติศาสตร์ไทย

2. จากการศึกษาวิจัยในเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกๆด้านโดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลจัดการเรื่องการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการดูแลจัดการในด้านปัจจัยต่างๆให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เพราะปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะเรื่องการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

2.1 ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดของห้องน้ำและขยะรอบๆบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นในด้านข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงมากที่สุด รวมถึงการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 ปัจจัยด้านราคา ควรให้ความสำคัญในด้านความแตกต่างของราคาสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยควร

มีการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้มีความเหมาะสมและมีความเป็นมาตรฐานที่เหมือนกันทั่วทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของป้ายบอกทางบนถนนต่างๆและเรื่องสัญญาณไฟจราจรบนถนนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด เนื่องจากป้ายบอกทางของทางจังหวัดในการบอกเส้นทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆให้กับนักท่องเที่ยวนั้นยังมีน้อยมากเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนเป็นอย่างมากในการเดินทาง และสัญญาณไฟจราจรที่ไม่ค่อยมีทำให้เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งกับนักท่องเที่ยว

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นเรื่องการประชาสัมพันธ์เรื่องกา รท่องเที่ยวในสื่อที่สามารถเข้าถึงบุคคลทั้งสองชาติได้มากที่สุด คือ จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์นั้น นักวิจัยเห็นว่า การจะนำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นควรมีการใช้สื่อทางโทรทัศน์และสื่อทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่คนเ พื่อใช้มากที่สุดในชีวิตประจำวัน และควรจะนำเสนอกา รท่องเที่ยวของชาวไทยให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในรูปแบบของการจัดทำเป็นหนังสือ Guidebook หรือแผ่นพับใบปลิวต่างๆให้กับทางโรงแรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยต่างก็ให้ความเห็นว่าสาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยว นั้นเนื่องจากเห็นความสวยงามจากภาพที่ปรากฏอยู่ในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว

3. จากการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองไทย พบว่า เป็นปัจจัยที่รัฐบาลควรมีการปรับปรุงมากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่ต่างแสดงความคิดเห็นในเรื่องของนโยบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาลเป็นไปในทางลบ คือ ไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเลย หรือบางส่วนแสดงความคิดเห็นว่า รัฐบาลไม่ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการ ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยมองว่าการนำเสนอกา รท่องเที่ยวของรัฐบาลจะเป็นการนำเสนอในจุดใหญ่ๆที่นักท่องเที่ยวควรให้ความสนใจ และเดินทางไปดูเท่านั้น มุ่งแต่เฉพาะการหาผลกำไร เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อแสดงถึงความทันสมัยและเพื่ อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่ไม่ได้ นำเอาศิลปะ วัฒนธรรมที่มีความสวยงามของ การอนุรักษ์วัฒนธรรมของคนไทย วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น มานำเสนอ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอให้รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้ามาจัดการ โดยการตระหนักถึงสิ่งที่ควรจะนำเสนอสู่สายตาของบุคคลทั่วโลกให้เกิดความสนใจอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว และวิธีการนำเสนอให้เกิด

ความน่าสนใจ เกิดการจดจำ กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงและสร้างรายได้ ให้กับประเทศไทย

4. จากการสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมด 220 คน พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของ 1. ป้ายบอกทางที่ควรจะมีมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่ายขึ้น 2. เรื่องความสะอาด โดยเฉพาะ ห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวใช้บริการอย่างมาก รองลงมาคือเรื่องขยะ ซึ่งมีมากเกินไป และ 3. เรื่องการจัดระเบียบร้านค้าต่างๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับแก้ไขปัญหาเหล่านี้เข้ามาแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วนและจริงจัง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยเชิงสำรวจกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะปัจจัยด้านการเมืองไทย และ ด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในไทย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกทำให้ผู้วิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในด้านร่างกาย และทรัพย์สิน

2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยเชิงสำรวจหรือการวิจัยวิธีอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของปัจจัยภายนอกทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น คือการนำเอาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันซึ่งอาจจะเป็นภายในประเทศหรือนอกประเทศเช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลก หรือ การเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) ขึ้นมาเป็นตัวแปรในการถาม

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือระเบียบวิธีการวิจัยอื่นๆ เช่น การสังเกตพฤติกรรม (Focus group) การศึกษาจากกรณี (Case study) วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริง มากกว่าการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล





## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). *แนวโน้มท่องเที่ยวไทย ปี 54*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2555, จาก <http://www.mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. *อยุธยา นครประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลก*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2555, จาก <http://www.hilight.kapook.com/view/5425>
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2554 และแนวโน้ม ปี 2555*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2555, จาก [www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th)
- คณะวิทยาการจัดการ . (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ* . พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ชิดจันทร์ หังสูต. (2532). *หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี.รินทร์ (1991) จำกัด.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัยศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ณรงค์ มีนวล. (2548). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภาพรรณ อรุณจันทร์ . (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* . สารนิพนธ์ ศ .ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ ) . กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตา ชัชกุล . (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* . พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท วี .พี.รินทร์ (1991) จำกัด.

นิสาลักษณ์ ทองสุก. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

\_\_\_\_\_. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัท พรินต์โพร จำกัด.

บริษัท ไทยทัวร์ อินโฟ จำกัด. *ย้อนรอยอดีตอยุธยา*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2555, จาก

<http://www.ayutthaya.org/trip/program-tou>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิมพ์พร งามวิเศษ. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตและสวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ของนักท่องเที่ยว*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พงศธร จันทร์วิโรจน์. (2554). *พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์วิกฤติทางการเมือง*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ไพโรจน์ แสงตน. (2552). *ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2546). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วัชรภรณ์ ระยับศรี. (2551). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโท บธ.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วันทนา สุภาพรอด. (2553). *การบริหารจัดการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหาดเตยงาม จังหวัดชลบุรี*.  
 ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณ วรษาณิข. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภลักษณ์ ปลอดโปร่ง. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการไปเที่ยวประเทศเยอรมนีของ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ:  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สกมล พวงพรหม. (2546). *ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
 ต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริอร ทองมั่ง. (2547). *ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
 ชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). ก  
 รุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุกัญญา เจริญศรี. (2549). *การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน  
 หลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต  
 กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรี  
 นครินทรวิโรฒ.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท โฮลิสติก พับลิชชิง  
 จำกัด.
- สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัด  
 ชุมพร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ  
 โรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัทริเชอร์ฟิล์ม และโซเท็กซ์  
 จำกัด.



เสาวนีย์ มูลสุวรรณ. (2551). *ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. สารนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *แนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2555, จาก <http://ayutthaya.mots.go.th>

อดิศร ฉายแสง. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. ปรินญาณิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิญา ธารสารดีลก. (2552). *การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



ภาคผนวก

### แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย ด้านเศรษฐกิจไทย ด้านการเมืองไทย และด้านภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

.....

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมายลงในช่อง ( ✓ ) หน้าข้อที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

.....

1. เพศ

- ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

- ( ) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี  
 ( ) 31 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี  
 ( ) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ( ) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี  
 ( ) ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

4. อาชีพ

- ( ) นักเรียน/นักศึกษา  
 ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ( ) พนักงานบริษัทเอกชน  
 ( ) เจ้าของธุรกิจ  
 ( ) อื่น \_\_\_\_\_ (โปรดระบุ)

## 5. รายได้ต่อเดือน

- ( ) ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ( ) 10,001 – 20,000 บาท
- ( ) 20,001 – 30,000 บาท
- ( ) 30,001 – 40,000 บาท
- ( ) 40,001 – 50,000 บาท
- ( ) 50,001 บาท ขึ้นไป

## 6. สถานภาพสมรส

- ( ) โสด
- ( ) สมรส
- ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_ (โปรดระบุ)

## 7. ประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ( ) มาครั้งแรก
- ( ) เคยมามากกว่า 1 ครั้ง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน  
อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมายลงในช่อง ( ✓ ) หน้าข้อที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ข้อ ที่	ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ความคิดเห็นท่าน				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไทย</b>						
1.	วัฒนธรรมความเป็นอยู่/วิถีชีวิตของคนใน ท้องถิ่นมีความน่าสนใจและสะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณีของไทย					
2.	ประเพณีและเทศกาลสำคัญต่างๆมีความน่าสนใจ และสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทย					
3.	คนไทยมีธรรมาศัยที่ดี และมีความเป็นมิตรกับ นักท่องเที่ยว					
4.	วัฒนธรรมการแต่งกายของไทยมีความเป็น เอกลักษณ์และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต/ความ เป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น					
5.	อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและ สะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำชาติได้เป็นอย่างดี					
<b>ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย</b>						
6.	ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำ					
7.	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นในปัจจุบันส่งผล ต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
8.	ความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจในไทยส่ง ผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว					

ข้อ ที่	ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของท่าน				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยด้านการเมืองไทย</b>						
9.	หน่วยงานภาครัฐของไทยให้การสนับสนุน อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างดี					
10	เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง มีส่วนทำให้นัก ท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทย					
11	เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองมีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกสถานที่เดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศไทย					
12	สถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่นิ่งสงบกระทบ ต่อการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศ					
<b>ปัจจัยด้านภัยทางธรรมชาติไทย</b>						
13	เหตุการณ์อุทกภัย (น้ำท่วม) ในปี พ.ศ. 2554 ที่ ผ่านมาส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวใน ประเทศไทย					
14	ประเทศไทยมีความพร้อมในการการวาง มาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน และมาตรการฟื้นฟูภายหลังเกิดเหตุการณ์ภัย ธรรมชาติ					
15	การเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศของประเทศ ไทยในปัจจุบันมีมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย					

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมายลงในช่อง ( ✓ ) หน้าข้อที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ข้อที่	ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ความคิดเห็นของท่าน				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)</b>						
1.	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ห้องน้ำ มีความสะอาดสบาย ปลอดภัย และเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว					
2.	แหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคแบบครบวงจร เช่น ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น สัญญาณมือถือ ระบบสัญญาณ Wi-Fi					
3.	การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากทางโรงแรมหรือ ที่พักต่างๆ เช่น เรือนำเที่ยวรอบเกาะอยุธยา					
4.	อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก เช่น โรตีสายไหม ก๋วยเตี๋ยวเรือ เป็นต้น					
5.	สินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
<b>ปัจจัยด้านราคาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</b>						
6.	การมีระบบบริการการจ่ายผ่านบัตรเครดิตในการจ่ายค่าสินค้าที่มีราคาสูง หรือ การจองที่พัก แทนการใช้เงินสดมีความสะดวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา					



ข้อ ที่	ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
7.	ราคาค่าเข้าชมโบราณสถานต่างๆมีความ เหมาะสม					
8.	ราคาค่าสินค้า ค่าอาหาร และค่าบริการต่างๆ มี ความเหมาะสม					
9.	ราคาค่าที่พักต่างๆมีความเหมาะสม					
10	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการ ท่องเที่ยว					
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</b>						
11	การจองตั๋วในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยามีความสะดวกสบาย สามารถ จองได้หลากหลายช่องทาง เช่น เดินทางมาจอง ด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์					
12	การจองโรงแรม หรือที่พักต่างๆ มีความ สะดวกสบาย และสามารถจองได้หลากหลาย ช่องทาง เช่น เดินทางมาจองด้วยตนเอง หรือ จองผ่านระบบออนไลน์					
13	เส้นทางถนนมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มี ป้ายบอกทางอย่างชัดเจน และมีแสงไฟเพียงพอ ต่อการเดินทางในเวลากลางคืน					
14	สามารถหารายละเอียด เช่น ราคาค่าที่พัก เส้นทาง การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านค้า ต่างๆ ได้จากทาง Web Site โดยตรงของจังหวัด พระนครศรีอยุธยา หรือการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย (ททท.)					

ข้อ ที่	ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา						
15	การจัดแพ็คเกจ (Package) การท่องเที่ยว ให้กับ นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ตนเองในราคาถูกเป็นการโปรโมทการท่องเที่ยว อย่างน่าสนใจ					
16	การประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีหลากหลาย ช่องทาง เช่น ทาง Web Site, โทรทัศน์, วิทยุ					
17	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากทาง โทรทัศน์ วิทยุ หรือทางอินเทอร์เน็ต					
18	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รับรู้ได้จากใบปลิว แผ่นพับ วารสารการท่องเที่ยว					
19	การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการโปรโมทการ ท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอย กระทงกรุงเก่า กิจกรรมกินก๋วยเตี๋ยวเรือ กิจกรรมวันช้างไทย					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเที่ยวใน อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมายลงในช่อง ( ✓ ) หน้าข้อที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ข้อที่	พฤติกรรมการทำงานเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ความคิดเห็นของท่าน				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>						
1.	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อชมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจ					
2.	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อชมโบราณสถานและโบราณวัตถุซึ่งสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ไทย					
3.	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อพักผ่อน					
4.	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อทำบุญไหว้พระ					
<b>โอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว</b>						
5.	ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก					
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>						
6.	ท่านมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแบบการซื้อแพ็คเกจ (Package) ทัวร์					
7.	ท่านมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยตนเอง (Bag packer)					

ข้อ ที่	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ของท่านความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
8.	ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ หรือ วันหยุดยาวต่อเนื่อง (วันหยุดราชการ)					

### ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

9. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ  
ท่านต่อการท่องเที่ยวใน 1 ครั้ง ต่อ 1 ท่านประมาณ.....บาท

### ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

10. ท่านใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประมาณ.....วัน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

## แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1. ท่านเดินทางมาทำอะไรที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเหตุใดจึงเลือกที่จะเดินทางมาที่นี่
2. ท่านคิดว่าโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต ภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว
3. ท่านคิดว่าเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองของไทยที่เกิดขึ้นมีผลกระทบอย่างไรต่อการท่องเที่ยวของไทย
4. ท่านคิดว่านโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
5. ท่านคิดว่าหลังเหตุการณ์มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยุธยาอย่างน้อยเพียงใด และทำให้การท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
6. ท่านคิดว่าความสะดวกสบายในด้านระบบการสื่อสารต่างๆมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่
7. ท่านคิดว่าราคาค่าที่พักภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความสะดวกสบายมากเพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่
8. ท่านคิดว่าการหาซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและการบริโภคภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกสบายหรือไม่ อย่างไร
9. ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรใช้สื่อใดมากที่สุด
10. ท่านคิดว่าในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเรื่องใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือไม่ หรือถ้าไม่ต้องการมีการปรับปรุงเพิ่มเติม เพราะเหตุใด

## Questionnaires

### **A Comparative Study of Factors Influencing Tourist Behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and Foreigners.**

The questionnaire contains 5 parts as follows:

**Part 1:** General information of the respondents

**Part 2:** The questionnaire of the external factors; social and cultural, economical, political, and natural disaster in Thailand which are related to factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners.

**Part 3:** The questionnaire of the marketing mix factors; product, price, channel of distribution, and promotion which are related to factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners.

**Part 4:** The questionnaire of factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners.

**Part 5:** Suggestions and Comments of factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners.

### Part 1: General information of the respondents

Please ✓ in the bracket ( )

1. Gender

( ) male ( ) female

2. Age

( ) 20 or less years ( ) 21-30 years  
 ( ) 31-40 years ( ) 41-50 years ( ) more than 50  
 years

3. The highest level of education

( ) undergraduate ( ) graduate

4. Occupation

( ) student ( ) government officers/state enterprise officer  
 ( ) business employee ( ) business owner  
 ( ) other \_\_\_\_\_ (please specify)

5. Income per month (Baht)

( ) 10,000 or less ( ) 10,001-20,000 ( ) 20,001-30,000  
 ( ) 30,001-40,000 ( ) 40,001-50,000 ( ) more than 50,001

6. Marital status

( ) single ( ) married  
 ( ) other \_\_\_\_\_ (please specify)

7. Traveling to experience Amphoe Mueang Phra Nakhon Si Ayutthaya

( ) First time ( ) more than once

**Part 2:** The questionnaire of the external factors which are related to factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners. Please indicate your levels of agreement with the following statements.

No.	External factors which are related to tourism behavior	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
<b>Thai social and cultural factors</b>						
1.	Thai culture and local people's way of lives are interesting and reflecting Thai traditions and customs.					
2.	Thai local festivals are interesting and reflecting Thai traditions and custom.					
3.	Thais are kind and friendly to the tourists.					
4.	The culture of Thai costumes is unique and showing the local lifestyle.					
5.	Thai food is unique and a symbol of the national culture.					
<b>Thai economical factors</b>						
6.	The higher expense of traveling is currently one of the reasons whether to travel in Thailand.					
7.	The higher price of the petrol (gasoline) is one of the reasons whether to travel in Thailand.					
8.	The unstable economy is one of the reasons whether to travel in Thailand.					
9.	Thai government agencies have given ad equate supports for tourism industry.					



No.	External factors which are related to tourism behavior	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
<b>Thai political factors</b>						
10.	Thai government agencies have the security policies for the tourists.					
11.	Thai political gathering is one of decision making factors to travel in Thailand.					
12.	Political instability in Thailand has impacted Thailand's tourism and public image.					
<b>Natural disaster factors in Thailand</b>						
13.	Flood disaster in 2011 was one of the reasons to whether to travel in Thailand.					
14.	Thailand has an emergency plan to handle natural disaster and disaster relief plan.					
15.	The climate change in Thailand has becoming more serious and it is one of the reasons whether to travel in Thailand.					

**Part 3:** The questionnaire of the marketing mix factors which are related to factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and foreigners. Please indicate your level of agreement with the following statements.

No.	Marketing mix factors which are related to tourism behavior	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
<b>Product factors (Tourist attractions) in Ayutthaya</b>						
1.	The facilities in touristic sites including food and beverage outlets as well as toilets are convenient, safe, and adequate for the number of tourists.					
2.	There are full lines of infrastructures available such as mobile phone signals, Wi-Fi Internet connection.					
3.	The services of hotel or other accommodations are interesting such as boat cruise around the ancient royal capital island of Ayutthaya.					
4.	Ayutthaya notable delicacies such as Roti – Sai Mai, noodles are unique and well – known to the tourists.					
5.	Ayutthaya products and souvenirs are unique.					
<b>Price factors in Ayutthaya</b>						
6.	Various methods of payments are provided for tourists including credit card or cash.					
7.	The admission fees to the ancient remains are appropriate.					

No.	Marketing mix factors which are related to tourism behavior	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
8.	The prices of services and goods appropriate.					
9.	The accommodation prices are appropriate.					
10.	The traveling expenses are appropriate.					
<b>Channel of distribution factors in Ayutthaya</b>						
11.	Ticket purchase and reservation of tourist attractions are available either from online or on site reservations.					
12.	Accommodation reservation is available online or on site reservations.					
13.	Road trip in Ayutthaya is generally safe with adequate road signs and lights along the way.					
14.	The website ( <a href="http://www.ayutthaya.org/">http://www.ayutthaya.org/</a> ) or TAT website ( <a href="http://www.tourismthailand.org/">http://www.tourismthailand.org/</a> ) provides complete details such as accommodations and rates, tourism attractions, restaurants, souvenir shops, etc.					
<b>Promotion factors in Ayutthaya</b>						
15.	The province provides tour packages at reasonable price to promote the tourism.					
16.	The mass media channels such as TV, radio, and the Internet efficiently promote festivals and tourism highlights.					

No.	Marketing mix factors which are related totourism behavior	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
17.	The tourists can access to tourism information from several types of printing medias such as TV, radio, and the Internet.					
18.	The tourists can access to tourism information from several types of printing medias such as brochures, leaflets, tourism journals.					
19.	The festivals or the activities in Ayutthaya are promoted tourism interestingly such as Loy Krathong festival, Noodle festival, Elephant Day.					

**Part 4:** The questionnaire of factors influencing tourist behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and Foreigners. Please indicate your levels of agreement with the following statements.

No.	Tourism behaviors.	Levels of opinions				
		strongly agree	agree	undecided	disagree	strongly disagree
<b>Results for travelling</b>						
1.	You travel to Ayutthaya to experience unique, different and interesting arts, culture, tradition, architecture.					
2.	You travel to Ayutthaya to experience the ancient sites and antiquities that reflects the Thai history.					
3.	You travel to Ayutthaya to take rest.					
4.	You travel to Ayutthaya to make a merit.					
<b>Chance to travel again</b>						
5.	You absolutely want to come back here again.					
<b>Travel Style</b>						
6.	You prefer to buy tour packages to Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya.					
7.	You prefer to travel to Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya alone.					
<b>Time to travel</b>						
8.	You prefer to travel at weekends, holidays or vacations.					

**Travel Expenses**

9. Please estimate your travel expense in Ayutthaya per person?

.....

**Travel Time**

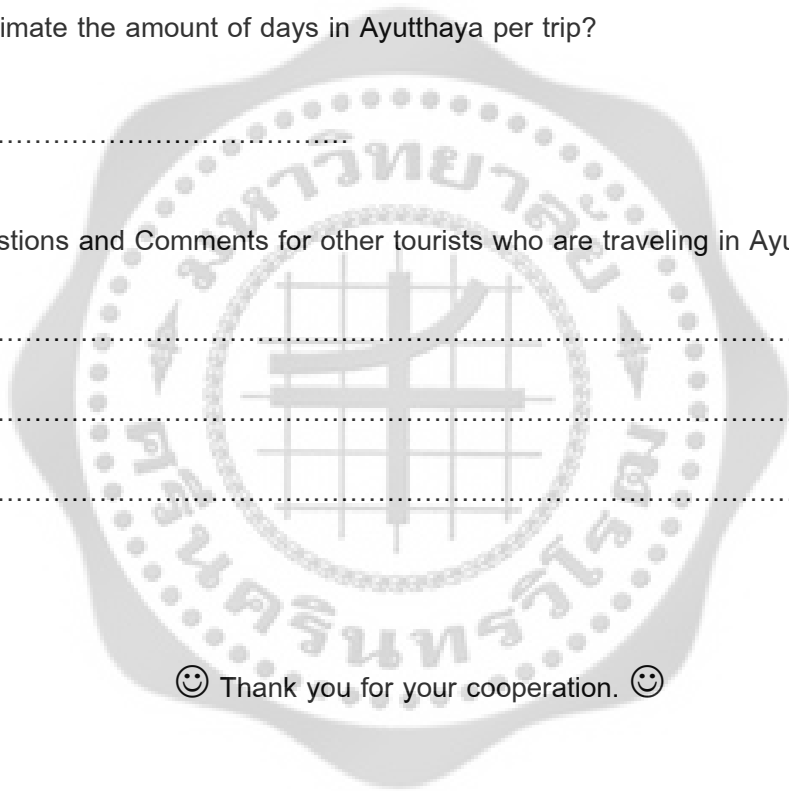
10. Please estimate the amount of days in Ayutthaya per trip?

.....

**Part 5:** Suggestions and Comments for other tourists who are traveling in Ayutthaya.

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

😊 Thank you for your cooperation. 😊



### Interview questions

#### **A Comparative Study of Factors Influencing Tourist Behaviors at Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya between Thais and Foreigners.**

1. What do you do in Ayutthaya and why do you choose this place?
2. Why are these ancient remains, antiques, and buildings in Ayutthaya important for tourism?
3. What is the impact of the political events on tourism in Thailand?
4. What does the plan to promote tourism of Thailand implement?
5. After the massive flood in Phra Nakhon Si Ayutthaya in 2011, what is the impact on tourism? What change?
6. Is the convenience of networking and communication systems one of the reasons to travel?
7. Are the accommodations convenient? Is the rate appropriate?
8. Is it easy to buy foods and goods in Ayutthaya? How?
9. What is the best channel to inform tourism in Ayutthaya?
10. What should Ayutthaya develop and improve? Why?





## ประวัติย่อวิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	วิภาพรรณ ดาราฉาย
วันเดือนปีเกิด	11 กุมภาพันธ์ 2530
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	87/15 ซ. ปรีดีพนมยงค์ 7 ถ. สุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กทม. 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสาบยน้ำผึ้ง ในพระอุปถัมภ์
พ.ศ. 2548	บธ.บ. (เอกการจัดการทั่วไป) จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ
พ.ศ. 2556	กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร