

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กันยายน 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กันยายน 2548

อดิศร นายแสง. (2548) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปริญญาณิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการผู้ควบคุม :
อาจารย์ ดร. วราภรณ์ อดิศรประเสริฐ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยเชิง
เศรษฐกิจและเชิงประชากร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี
และเชิงศิลปวัฒนธรรม ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่ม
ตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การ
วิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์
และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical
Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษา
สูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 ส่วนใหญ่เป็นชาว
European เคยเดินทางออกนอกประเทศมาก่อน เคยเดินทางมายังประเทศไทย
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
โบราณคดี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในระดับมาก
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับเห็นด้วย
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ในระดับน้อย
5. เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ.05
6. อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก
และด้านค่าใช้จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

7. สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

8. ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

9. อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

10. รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

11. สัญชาตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พักและด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความ ปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วน ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

13. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

FACTORS AFFECTING TRAVELING BEHAVIOR IN AYUTTAYA PROVINCE
OF FOREIGN TOURISTS



Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
September 2005

ADISORN CHAYSANG. (2005) **Factors Affecting Traveling Behavior in Ayuttaya Province of Foreign Tourists** Master Thesis, M.B.A (Marketing). Bangkok : Graduated School.
Srinakharinwirot University. Advisor Committee :
Dr. Warangkana Adisornprasert., Asst. Prof. Petcharat Mesomboonpoonsuk

The purpose of the research is to study factors affecting traveling behavior in Ayuttaya province of foreign tourists which emphasize in four factors: economic and demographic characteristics of foreign tourists, knowledge and comprehension of foreign tourists about Historical and Cultural Tourism, foreign tourists' attitudes toward traveling in Ayuttaya province, media awareness of foreign tourists. The sample consists of 400 foreign tourists who are traveling in Ayuttaya province. The questionnaire is used as a tool to collect the data. Descriptive statistics used in this analysis are frequency, percentage, mean and standard deviations. Inferential statistics used for hypotheses testing are Independent Sample t-Test, One-Way Analysis of Variance, Chi-square, Pearson Product Moment Correlation Coefficient. SPSS version 11.0 is used to analyze the data. The results of this research revealed that:

1. Most of foreign tourists in Ayuttaya province are female, aged 25-34 years old, single, hold a bachelor's degree, student, have annually income less than or equal to US\$10,000. Most of foreign tourists are European, have traveled to another country and Thailand before.
2. Foreign tourists have high knowledge and comprehension about Historical and Cultural Tourism.
3. Foreign tourists' attitudes toward traveling resources, safety and facilities in Ayuttaya province are at agreeable level.
4. Personal and impersonal media awareness of foreign tourists are little.
5. Gender of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in term of the amount of traveling partner at statistical significant level of 0.05.
6. Age of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in terms of traveling experience in Ayuttaya province, accommodation and food expenses at statistical significant level of 0.05.
7. Marital status of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in term of food expense at statistical significant level of 0.05.

8. Highest education level of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in terms of traveling experience in Ayuttaya province, the amount of traveling partner and food expense at statistical significant level of 0.05.

9. Occupation of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in terms of traveling experience in Ayuttaya province and accommodation expense at statistical significant level of 0.05.

10. Annual income of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in term of the amount of traveling partner at statistical significant level of 0.05.

11. Nationality of foreign tourists affects on traveling behavior in Ayuttaya province in terms of traveling experience in Ayuttaya province, the amount of traveling partner, accommodation and food expense at statistical significant level of 0.05.

12. Foreign tourists' attitudes toward traveling resources and safety in Ayuttaya province have no relationship with traveling behavior in Ayuttaya province, but foreign tourists' attitudes toward facilities in Ayuttaya province have very low relationship with traveling behavior in Ayuttaya province in term of accommodation expense at statistical significant level of 0.05.

13. Personal media awareness of foreign tourists have very low relationship with traveling behavior in Ayuttaya province in terms of traveling experience in Ayuttaya province, the amount of traveling partner, accommodation and food expenses at statistical significant level of 0.05. However, impersonal media awareness of foreign tourists have no relationship with traveling behavior in Ayuttaya province.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ของ
นายอดิศร นายแสง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)
วันที่เดือน กันยายน พ.ศ. 2548

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อดิศรประเสริฐ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข)

.....กรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม
(อาจารย์ ภัคกร สกลรักษ์)

.....กรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านมาให้คำปรึกษา และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือดูแลตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัยฉบับนี้ด้วยความห่วงใย นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างในความกรุณาอย่างหาที่สุดมิได้ และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ภัคกร สกลรักษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัตต์ ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้งยังได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็น ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงท่านอาจารย์ที่สอนทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ประสิทธิภาพวิชา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณต่อการดูแล เอาใจใส่ และเป็นที่กำลังใจด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ นายเสน่ห์-นางเบญจมาศ ฉายแสง ซึ่งเป็น บิดา-มารดา ที่กรุณาสละแรงกาย แรงใจ แรงสติปัญญา และกำลังทรัพย์เลี้ยงดูข้าพเจ้าจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท อีกทั้งยังขอกราบขอบพระคุณ นางนุนนาค สุขสิน คุณยายของข้าพเจ้า รวมทั้งนางสาวสุจิตรา-นายวิญญู ฉายแสง พี่สาว-น้องชายของข้าพเจ้า ที่กรุณาส่งเสริม สนับสนุน และคอยช่วยเหลือทุกๆด้าน รวมทั้งยังคอยเป็นกำลังใจเสมอมาทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นพยายามจนประสบความสำเร็จในวันนี้

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่บิดา มารดา คุณยาย พี่สาว น้องชาย ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณความดี และความมานะพยายาม ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิภาพวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้

อติศร ฉายแสง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานของการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และแนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	11
ทฤษฎีแรงจูงใจ และแนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	19
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว.....	26
แนวคิดการพัฒนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	28
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	31
ทฤษฎีทัศนคติ.....	34
ข้อมูลการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
3 วิธีดำเนินการค้นคว้า	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	56
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	145
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	150
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	157
อภิปรายผล.....	165
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	172
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	174
บรรณานุกรม.....	175
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก : แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	179
ภาคผนวก ข : รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	196
ภาคผนวก ค : หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	198
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	200

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงสรุปข้อมูลผู้มาเยือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2547.....	2
2 แสดงสรุปข้อมูลผู้มาเยือน จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2547	3
3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	70
4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	74
5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์การเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา..	76
6 แสดงผลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	77
7 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์โบราณคดี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา..	80
8 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	81
9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว..	81
10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย.....	83
11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..	84
12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	85
13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	87
14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	87
15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	88

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	88
17 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการเลือกสถานที่พักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	89
18 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	89
19 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมทางการใช้มัลลิกูเทศก์ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	91
20 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	91
21 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมทางการใช้เวลาในการท่องเที่ยวตามแหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	93
22 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	93
23 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้าน อาหาร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	95
24 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของการจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	95
25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามเพศ....	96
26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามอายุ....	98

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ.....	99
28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก จำแนกตามอายุ.....	100
29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามอายุ.....	101
30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	102
31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	104
32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	106
33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	107
34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	108
35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามอาชีพ..	109
36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ.....	111
37 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก จำแนกตามอาชีพ.....	112
38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามรายได้..	113

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้.....	115
40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามสัญชาติ.....	116
41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสัญชาติ.....	118
42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสัญชาติ.....	119
43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก จำแนกตามสัญชาติ.....	120
44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตามสัญชาติ.....	121
45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตาม ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวนอกบ้านเกิด.....	122
46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตาม ประสบการณ์ใน การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	124
47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร จำแนกตาม จำนวนครั้งใน การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.....	126
48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย..	128
49 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก จำแนกตามจำนวน ครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.....	129

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

50	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	130
51	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	133
52	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	138
53	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านความปลอดภัย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	139
54	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	140
55	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	142
56	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	143

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ จากทฤษฎีมาสโลว์.....	18
2 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ.....	35



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในช่วงต้นปี 2546 สถานการณ์การท่องเที่ยวของทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจาก 2 เหตุการณ์หลักคือสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก และการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Severe Acute Respiratory Syndrome: SARS) ในภูมิภาคเอเชีย โดยการแพร่ระบาดของโรค SARS เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบรุนแรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับผลกระทบหนักที่สุดในเดือนพฤษภาคม และสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยก็เริ่มคลี่คลายตัวไปในทางที่ดีขึ้นนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2546 เป็นต้นมา ซึ่งได้รับปัจจัยเสริมจากการที่ภาครัฐและเอกชนต่าง ร่วมมือกันทำการส่งเสริมตลาด โดยใช้มาตรการด้านราคาเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผสานกับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในประเทศที่รัฐบาลได้พยายามนำเสนอในการจัดประชุมเอเปคในเดือนตุลาคม รวมทั้งการเปิดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในช่วงปลายปี ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวภายในประเทศได้เจริญรุดหน้ามาตามลำดับ เป็นผลทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนเป็นมูลค่านับแสนล้านบาท กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2545 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 235,337 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2546 มีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 289,978 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2547 มีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 322,300 ล้านบาท (กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : สรุปผลการสำรวจค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวปี 2545)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ ทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นสิ่งที่มีค่าต่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลานาน จากการจัดอันดับส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวของโลก เมื่อปี พ.ศ. 2539 พบว่า ประเทศไทยได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับที่ 20 โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540 : 4/20-4/22) นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับการจัดอันดับความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 17 จาก 32 อันดับทั่วโลก และเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สันสนีย์ ดันติวิท 2539 : 83) การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ นอกจากจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เกิดการพัฒนากระบวนสาธารณูปการ แล้วยังก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอีกเป้าหมายหนึ่งของนักท่องเที่ยว ที่นิยมการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ ศาสนา และการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม อันได้แก่ วัด ชุมชนโบราณ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น อีกทั้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยายังเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย และมีเอกลักษณ์โดดเด่นของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมซึ่งนับเป็นสมบัติอันล้ำค่ายิ่งของประเทศ จากสถิติจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2547 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 375,008 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 213,898 คน รวม 588,906 คน นักทัศนอารชาวไทย 1,304,297 คน นักทัศนอารชาวต่างประเทศ 940,657 คน รวม 2,244,954 คน รวมเป็นจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมดในปี 2547 คือ 2,833,860 คน ทั้งนี้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปี 2547 ถึง 3,181.63 ล้านบาท

ตาราง 1 สรุปข้อมูลผู้มาเยี่ยมชมเยือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2547

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
ผู้มาเยี่ยมชมเยือน (คน)			
- นักท่องเที่ยว	375,008	213,898	588,906
- นักทัศนอาร	1,304,297	940,657	2,244,954
รวม	1,679,305	1,154,555	2,833,860
รายได้ (ล้านบาท)			
- นักท่องเที่ยว	864.80	532.68	1,397.48
- นักทัศนอาร	878.21	905.94	1,784.15
รวม	1,743.01	1,438.62	3,181.63

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2547

สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่ วัดต่างๆ และโบราณสถานซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 54.77 รองลงมาคือพระราชวังบางปะอิน มีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 26.98 ศูนย์ศิลปาชีพบางไพร มีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 10.11 และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 8.13

ตาราง 2 สรุปข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมชม จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2546

สถานที่ท่องเที่ยว	ร้อยละของผู้เยี่ยมชม		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
วัดต่างๆและโบราณสถาน	53.67	56.71	54.77
พระราชวังบางปะอิน	26.66	27.54	26.98
ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร	8.18	13.49	10.11
อื่นๆ	11.49	2.26	8.13

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2547

จากในอดีตที่ผ่านมา นักวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาเฉพาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมองข้ามกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่ง และยังสามารถรายได้ให้แก่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยเชิงเศรษฐกิจศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
4. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
6. เพื่อศึกษาถึงปัจจัย ต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ผลจากการวิจัยนี้จะสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงให้กับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในอนาคตต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมดซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม ในปี 2547 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1,154,555 คน (กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2547) จึงได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นฐานในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2547 ซึ่งมีจำนวน 1,154,555 คน โดยการคำนวณจากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1967 : 886) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน โดยมีวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเจาะจงนักท่องเที่ยวที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้

ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย Simple Random Sampling (SRS) โดยจับฉลากจากสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนครึ่งหนึ่งจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งหลังจากสุ่มจับฉลากได้สถานที่ท่องเที่ยวดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ 1. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 2. วิหารพระมงคลบพิตร 3. วัดพระราม 4. วัดราชบูรณะ 5. วัดใหญ่ชัยมงคล 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร 7. วัดไชยวัฒนาราม แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ 1. กุ่มขุนแผน 2. เพนียดคล้องช้าง 3. พระราชวังบางปะอิน

ขั้นที่ 3. การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ละ 40 คน

ขั้นที่ 4. การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนด

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร ได้แก่

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- 15 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 - 54 ปี
- 55 - 64 ปี
- มากกว่า 64 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพสมรส

- โสด
- สมรส/อยู่ด้วยกัน
- หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.4 การศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า
- อนุปริญญา/เทียบเท่า
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงาน/ลูกจ้าง
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.1.6 รายได้

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000
- US\$10,001 - US\$20,000
- US\$20,001 - US\$30,000
- US\$30,001 - US\$40,000
- US\$40,001 - US\$50,000
- มากกว่า US\$50,000 ขึ้นไป

1.1.7 สัญชาติ

- Asian
- European
- North American
- Latin American
- Australian
- African
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.1.8 ประสบการณ์การทำงาน

1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- เชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี
- เชิงศิลปวัฒนธรรม

1.3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
- ด้านความปลอดภัย
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- สื่อบุคคล
- สื่อที่ไม่ใช่บุคคล

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว

หมายถึง การกระทำ หรือกิจวิธใดๆของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และซื้อบริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ให้ได้รับความพึงพอใจ โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย ไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยและสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเป็นนักท่องเที่ยวแบบเดินทางมาเอง ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆที่ไม่ใช่ไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษา หรือหารายได้

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเชิงวัฒนธรรม

หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมา รวมทั้งความรู้ทางโบราณคดีต่างๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Cultural based tourism)

หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และ เพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่น พื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural and traditional tourism)

หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งมีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งประเมินค่าได้ทั้งในทางบวก และทางลบ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้เดินทางมาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งได้แก่โบราณสถาน บรรยากาศบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ และคนในท้องถิ่นด้วย

ความปลอดภัย

หมายถึง ความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

สิ่งอำนวยความสะดวก

หมายถึง การที่ภาครัฐร่วมกับเอกชน ดำเนินการจัดหาสิ่งซึ่งจะให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ การคมนาคม ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

หมายถึง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งตอนที่อยู่ ณ ประเทศของนักท่องเที่ยว และขณะอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นการรับข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

สื่อบุคคล

หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยบุคคล คือ จากบุคคลหนึ่ง ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง

สื่อที่ไม่ใช่บุคคล

หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยการผ่านสื่อต่างๆ ที่ไม่ใช่คน อาทิเช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ฯลฯ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้น

ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- สัญชาติ
- ประสบการณ์การท่องเที่ยว

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- เชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี
- เชิงศิลปวัฒนธรรม

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

- ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
- ด้านความปลอดภัย
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- สื่อบุคคล
- สื่อที่ไม่ใช่บุคคล

ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทฤษฎี แนวคิด รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และแนวคิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
2. ทฤษฎีแรงจูงใจ และแนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
5. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
7. ทฤษฎีทัศนคติ
8. ข้อมูลการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และแนวคิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

1.1.1 ความหมายของ พฤติกรรม

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” ไว้มากมายเช่น

กันยา สุวรรณแสง (2532 : 92) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม คือ กริยา อาการ บทบาท ลีลา ท่าทาง ความประพฤติ ปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏ สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งใน 5 ทวาร คือ โสตสัมผัส ฆานสัมผัส จีวรหสัมผัส ทางผิวหนัง และการมองเห็นด้วยตา หรือ มิฉะนั้นก็สามารถวัดได้โดยเครื่องมือ

เลวิทท์ (พิบูล ทิละปาล. 2543 : 109 ; อ้างจาก Levitt. n.d.) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้น จะต้องมิใช่สาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจ หรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) คือเพื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็จะปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายถึงการที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไว้ทิศทาง แต่ทำไปโดยมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

นิยดา ชุณหะวงศ์ และนิพนธ์ โอพารวรรุฒิ. (2520 : 78) พฤติกรรมเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การเดิน การยิ้ม หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องให้เครื่องมือช่วย เช่น การเดินของหัวใจ พฤติกรรมบางอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ

1.1.2 พฤติกรรมมนุษย์ (ปริญ ลักขิตานนท์. 2536 : 19-20)

บุคคลอยู่ใต้อิทธิพลของพลังต่างๆ มากมายซึ่งรวมเรียกกันว่า “พลังทางจิตวิทยา” ด้วยความเป็นมนุษย์ สิ่งแรกที่ทุกคนหลีกเลี่ยงไม่พ้นก็คือพลังของการจูงใจที่เกิดจากความต้องการเบื้องต้นหรือความต้องการที่เกี่ยวกับสรีระอันเป็นพลังที่เกิดมาจากภายในร่างกายของเราเอง แรงจูงใจที่เกิดจากพลังต่างๆ ดังกล่าวนี้อาจเกิดขึ้นในกาลเวลาปัจจุบันนี้เอง อิทธิพลจากอดีตหรืออิทธิพลจากการคาดคะเนเกี่ยวกับอนาคตไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ถ้าเราพิจารณาในแง่นี้เพียงอย่างเดียวจะเห็นได้ว่ามนุษย์ไม่ต่างไปจากสัตว์ชั้นที่ต่ำกว่ามากนัก แต่มนุษย์มิได้เป็นเช่นนั้น การดำรงชีวิตของมนุษย์เกี่ยวข้องกับอดีตและอนาคตด้วย มนุษย์มีความสามารถในการหวนระลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต สิ่งที่เขานึกได้นั้นเองที่กลับมามีอิทธิพลต่อตัวเขาในปัจจุบันในรูปของ

1. แบบของพฤติกรรมที่บุคคลเคยเรียนรู้มาก่อนแล้ว
2. วิธีการคิดที่จะก่อพฤติกรรมที่บุคคลใช้อยู่ซึ่งเกิดขึ้นมาในขณะนั้น

นอกจากนั้นผลของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในอนาคตที่บุคคลสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และวิธีการคิดที่จะก่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน อิทธิพลอันเกิดจากอดีตและอนาคตดังกล่าวมักจะเป็นไปในสภาพที่ตัวผู้บริโภคเองก็มิใคร่จะรู้ตัวเป็นส่วนใหญ่

จะเห็นได้ว่าพลังทางจิตวิทยาเป็น “พลังภายใน” ที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้บริโภคพลังดังกล่าวมิได้เป็นพลังชนิดเดียวเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะบุคคลตกอยู่ภายใต้อิทธิพลอันใหญ่หลวงของสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาททางสังคมอื่น บทบาทของสิ่งแวดล้อมทางสังคมนี้อาจจะอธิบายได้โดยสังเขปดังนี้

ประการแรก บุคคลอื่นทำหน้าที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนโดยการผลิตสินค้า และใช้สินค้าเหมือนกับเรา นอกจากนั้นยังให้สนับสนุนเราโดยการแสดงความรัก ความพอใจในตัวเราด้วย

ประการที่สอง บุคคลอื่นทำหน้าที่ในการสร้างข้อจำกัดพฤติกรรมของเรา บุคคลมักจะไม่มีความอิสระในการกระทำสิ่งใดมากนัก สิ่งที่จะมาจำกัดคือสภาพในการกระทำก็คือกฎเกณฑ์ทางสังคม ข้อจำกัดบางอย่างเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม จึงถูกนำไปตราเป็นกฎหมาย ข้อจำกัดบางอย่างก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความมีประสิทธิภาพของกลุ่มต่างๆในสังคม จึงถูกนำมากำหนดเป็นบรรทัดฐานทางสังคมหรือแบบของพฤติกรรมที่ทางสังคมยอมรับกัน

จากข้อความข้างต้นสรุปในขั้นนี้ได้ว่าบุคคลต้องปรับตัวเองให้เข้ากับพลังทางจิตวิทยาในตัวของเขา เพื่อสร้างแบบพฤติกรรมที่เป็นตัวเขาขึ้น จากนั้นก็เตรียมพร้อมที่จะปรับแบบของพฤติกรรมดังกล่าวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมรอบตัวเขา

1.1.3 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนนซี ชวาทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ (สุริย์ จันทร์โมลี, 2526: 37-47)

1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กันทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทักษะต่างกันทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.1.4 กระบวนการเกิดพฤติกรรม

วัตสัน (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2525 : 23 ; อ้างจาก Watson, n.d.) ได้ให้แนวคิดที่ว่า พฤติกรรมทุกอย่างย่อมมีสาเหตุ และการเกิดพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการที่มนุษย์มีความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งร่างกายหรืออินทรีย์ถูกสิ่งเร้า และมีการตอบสนองเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ วัตถุ สิ่งของ คน สัตว์ กิจกรรมอันเกิดจากวัตถุสิ่งของ คน สัตว์ รวมไปถึง สิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น หลักศีลธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เร้าให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม (External Stimulus) หากเป็นสิ่งแวดล้อมในร่างกายมนุษย์เอง เช่น การทำงานของอวัยวะต่างๆของร่างกาย เช่น ความหิว กระจายกระทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม เราเรียกว่าสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น เกิดกระบวนการทางพฤติกรรมเป็น 3 ประการ คือ

1. กระบวนการรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่รับข่าวสารจากสภาพแวดล้อมโดยผ่านทางระบบประสาทสัมผัส กระบวนการจึงรวมความรู้สึกอยู่ด้วย
2. กระบวนการรู้ (Cognition) คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตที่รวบรวมการเรียนรู้ การจำ การคิด กระบวนการทางจิตดังกล่าวย่อมรวมถึงการพัฒนาด้วย กระบวนการรู้จึงเป็นกระบวนการทางปัญญา พร้อมกันนั้นในกระบวนการรับรู้และกระบวนการรู้นี้ เกิดการตอบสนองทางด้านอารมณ์ (Affect) ทั้งกระบวนการรับรู้ กระบวนการรู้ และกระบวนการทางอารมณ์เป็นพฤติกรรมภายใน
3. กระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพสิ่งแวดล้อม (Spatial Behavior) คือ กระบวนการที่บุคคลมีพฤติกรรมเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมผ่านการกระทำสังเกตได้จากภายนอก เป็นพฤติกรรมภายนอก

1.1.5 การวัดพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคล มีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน การที่จะศึกษาพฤติกรรมนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ถ้าเป็นพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกมาให้บุคคลอื่นเห็นได้จะศึกษาได้ คือ การสังเกตโดยตรงและโดยอ้อม แต่ถ้าเป็นพฤติกรรมภายในไม่สามารถสังเกตได้ ต้องใช้วิธีทางอ้อมโดยการสัมภาษณ์ ทำการทดสอบด้วยแบบทดสอบ และการทดลองทั้งในห้องปฏิบัติการ และในชุมชน เพราะฉะนั้นเครื่องมือที่ใช้วัดพฤติกรรมอาจทำได้โดยการสร้างเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตประกอบการสัมภาษณ์ หรือใช้เครื่องมืออื่นประกอบ เช่น เครื่องมือวัดความดันโลหิต เครื่องฟังการเต้นของหัวใจ เป็นต้น

สมจิตต์ สุวรรณทัศน์ (2526 : 131-136) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาพฤติกรรม มี 2 วิธี คือ

1. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้โดย

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้สังเกตรู้ตัว (Direct Observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในห้องเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่าครูจะสังเกตดูว่าใครทำกิจกรรมใดบ้างในห้องเรียน การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมา

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic Observation) คือ การที่บุคคลผู้ที่ต้องการสังเกตพฤติกรรมไม่ได้กระทำตนเองเป็นที่รบกวนพฤติกรรมของผู้ถูกสังเกต และเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกัน ข้อจำกัดของวิธีสังเกตแบบธรรมชาติก็คือ ต้องใช้เวลามากจึงจะสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาติดต่อกันเป็นจำนวนหลายครั้ง พฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลาส่งเกตถึง 50 ปี หรือ 100 ปีก็ได้

สรุปการสังเกตพฤติกรรมทั้งที่ผู้ถูกสังเกตรู้ตัวและไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตให้เป็นระบบ และมีการบันทึกเมื่อสังเกตพฤติกรรมได้แล้ว นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่อคติต่อผู้ถูกสังเกตซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

2. การศึกษาพฤติกรรมโดยอ้อม แบ่งออกได้หลายวิธี คือ

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคล หรือกลุ่มของบุคคล ซึ่งทำได้โดยการซักถามเผชิญหน้าโดยตรง หรือมีคนกลางทำหน้าที่ซักถามให้ก็ได้ เช่น ใช้ล่าม สัมภาษณ์คนที่พูดกันคนละภาษา การสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ การสัมภาษณ์โดยตรงทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่องราวๆ ตามที่ได้ตั้งจุดหมายเอาไว้ อีกประเภท คือ การสัมภาษณ์โดยทางอ้อมหรือไม่เป็นทางการ ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะคุยไปเรื่อยๆ โดยจะสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่ว่าผู้สัมภาษณ์ว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์เจาะจงที่จะทราบพฤติกรรม การสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลมากมายแต่มีข้อจำกัด คือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2.2 การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลเป็นจำนวนมาก และเป็นผู้อ่านออกเขียนได้ หรือสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกล อยู่กระจัดกระจายมาก

2.3 การสอบถาม พฤติกรรมในอดีตหรือต้องการทราบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ ผู้ถูกศึกษาสามารถที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบได้โดยวิธีอื่น ซึ่งผู้ศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับและการใช้แบบสอบถามจะใช้เวลาได้ก็ได้

2.4 การทดลอง เป็นการศึกษาพฤติกรรมโดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพแท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาพฤติกรรมของชุมชนโดยควบคุมตัวแปรต่างๆ คงเป็นไปได้เล็กน้อย การทดลองในห้องปฏิบัติการจะให้ข้อมูลมีขีดจำกัด ซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริงได้ไม่เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มากในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางด้านการแพทย์

2.5 การทำบันทึก วิธีนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคล โดยให้บุคคลแต่ละคนบันทึกพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งอาจเป็นบันทึกพฤติกรรมของตนเอง โดยอาจเป็นบันทึกประจำวันหรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

1.1.6 องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้พฤติกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ทำให้เกิดความพอใจหรือตอบสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาจนจึงสามารถบรรลุผลตามความต้องการ หรือวัตถุประสงค์บางอย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือก วิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้ว ย่อมได้ผลกระทบนั้น ผลที่ได้อาจตามที่คิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict)

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่น เขาอาจย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

นักมานุษยวิทยาได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้ (ประจวบ อินอ้อด. : 1-2)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับ และพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและความมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรวมตัว จึงมักจะต้องปฏิบัติตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องประสานกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน

4. ความจำเป็นเบื้องต้นของมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรวมตัวออกมาในรูปแบบๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้

1.2 แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว (นฤมล สมิตินันท์. 2527 : 38-39)

พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนที่การเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมีประสบการณ์แปลกๆ ใหม่ๆ

เท่าที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรม สัญชาตญาณที่คล้ายกันบ้าง แตกต่างกันบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบายพฤติกรรมในการเดินทางมนุษย์สรุปได้ดังนี้

1. ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับชีวิตของประชาชนโดยทั่วไป สังคมในรูปแบบใหม่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะความกดดันต่าง ๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียดและหาความสดชื่น

2. เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์ แสงแดด ความอบอุ่นหรือไปตามคำแนะนำจากแพทย์

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดูการแข่งขันกีฬา ทำให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นต้องเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ เพื่อเล่นกีฬาตามฤดูกาล นักดูกีฬาเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ เพื่อติดตามดูการแข่งขันเช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิสกำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการแข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน เป็นต้น

4. เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเหนือสิ่งอื่นใดคนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง อาทิเช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่มการฟังดนตรี การไปชายหาด การไปต่างจังหวัดสิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมี

คนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินสนุกสนานดังนั้นนักจิตวิทยาการท่องเที่ยวต่างเล็งเห็นเรื่องนี้ มักจะเน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5. เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยว เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คนวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละชาติ อาทิเช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี วรรณคดี ระบายพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่าง ๆ ของแต่ละท้องถิ่น

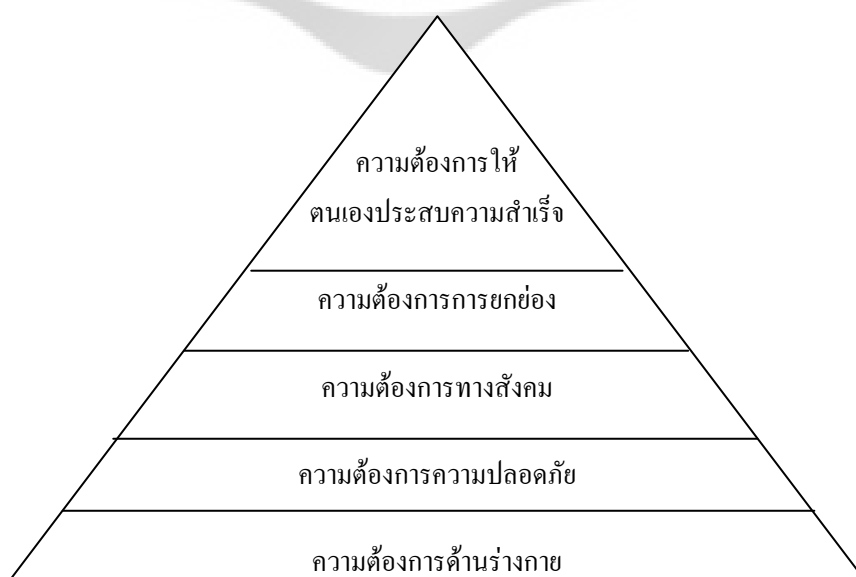
6. เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลต่างกันไป บางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพัน ๆ กิโลเมตรเพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่ศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของการดำเนินชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นมาเสมอ

7. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยัง ดินแดนศักดิ์สิทธิ์ไปเพื่อศรัทธาเป็นการได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้งหนึ่งในชีวิต ถ้าเป็นไปได้เขาเหล่านั้นจะไปยังกรุงเมกกะเพราะถือว่าเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศาสนา หรือ ชาวพุทธมีความนิยมที่จะไปยังพุทธคยา และผู้นับถือคริสต์ศาสนาอยากที่จะไปยังนครเยรูซาเลม เป็นต้น

8. เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพ มีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

2. ทฤษฎีแรงจูงใจ และแนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ทฤษฎีแรงจูงใจ



ภาพประกอบ 1 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ จากทฤษฎีมาสโลว์

คอตเลอร์ (Kotler, 2545 : 101) ได้กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ เรียงตามความสำคัญคือความต้องการทางกาย (Physiological needs) ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization needs) บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับการสนองตอบความพึงพอใจความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลสร้างความพยายามสร้างความพึงพอใจในขั้นต่อไป

แนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการทำงาน

นฤมล สมิตินันท์ (2527 : 40-42) ได้อธิบายว่า ในทางพฤติกรรมศาสตร์ กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงกระตุ้น แต่ไม่จำเป็นว่าการแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกันจะมาจากแรงกระตุ้นที่เหมือนกัน กันเสมอ การเดินทางไปยังที่ต่างๆของแต่ละบุคคล อาจมีแรงจูงใจขั้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้มนุษย์ออกเดินทางแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivator) หมายถึง แรงจูงใจเพื่อสุขภาพอนามัย พักผ่อน ทางร่างกาย การกีฬา การเล่นตามชายหาด การรื่นเริงอื่นๆที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด
2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivator) เป็นความต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆในทุกด้าน รวมทั้งดนตรี ศิลปะ วิถีชาวบ้าน การเดินร่ำ การวาดเขียน ศาสนา และกิจกรรมที่เกี่ยวกับทางด้านวัฒนธรรมอื่นๆ
3. แรงจูงใจที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivator) รวมความต้องการที่จะพบคนใหม่ๆ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติ หลีกหนีจากการดำรงชีวิตประจำวัน หลีกหนีจากครอบครัวและเพื่อนบ้าน
4. แรงจูงใจทางสถานภาพและเกียรติยศชื่อเสียง (Status and Prestige Motivator) มีความสัมพันธ์กับความต้องการการยกย่องและการพัฒนาตนเอง ซึ่งการเดินทางในด้านนี้เป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา การศึกษา

แรงจูงใจพื้นฐานดังกล่าวข้างต้นเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์เกิดการเดินทาง ถ้ามนุษย์แสดงพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะที่สอดคล้องกับแรงจูงใจพื้นฐาน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นถือว่าเป็นการท่องเที่ยว

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2535 : 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยการประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

อิงลิช ทัวริส บอร์ด (Mason, 1990 : 8 ; citing English Tourist Board, n.d.) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากบ้านเป็นเวลา 24 ชั่วโมงหรือมากกว่าในช่วงวันหยุด โดยบุคคลมีกิจกรรมต่างๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อนหรือการพักผ่อน ธุรกิจหรือการประชุม รวมถึงเพื่อความประสงค์อื่นอีก คือการกินอาหารนอกบ้าน การศึกษาและการงานชั่วคราว โดยไม่รวมนักท่องเที่ยวที่เดินทาง 1 วัน ทั้งเดินทางออกจากภูมิลำเนาหรือไม่ออกจากภูมิลำเนา และเดินทางออกนอกประเทศหรือภายในประเทศ

การท่องเที่ยวในความหมายของ Mathticson and Wall ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนที่ชั่วคราวของคน ที่มีจุดปลายทางข้างนอกจากที่ปกติคือที่ทำงานหรือที่อยู่อาศัย มีกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้นในระหว่างที่พักที่ปลายทางนั้นและมีการจัดหาความสะดวกสบายเพื่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

วินิจ วีรยางกูร (2532 : 6) ได้กล่าวถึงนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรไว้ว่า

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และการมาเยือนมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบศาสนกิจและการกีฬา
2. เพื่อธุรกิจ
3. เพื่อเยี่ยมชมครอบครัว
4. เพื่อราชการ
5. เพื่อการประชุม

นักทัศนาจร (Excursionist) คือผู้เดินทางมาเยือนเป็นการชั่วคราว และพักในประเทศที่มาเยือนไม่เกิน 24 ชั่วโมง (รวมทั้งผู้เดินทางมากับเรือเดินสมุทรประเภทเรือสำราญ Cruises ด้วย)

นิคม จารุมณี (2535 : 2) ผู้มาเยือนหมายถึง ผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศผู้มาเยือน ตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทัศนศึกษา และประกอบ ศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ดิฉันต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionist) ได้แก่ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศ ที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

จีและคณะ (Gee, Choy and Maken ; 1984 : 14) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับธุรกิจต่างๆ ดังนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน โรงแรมและที่พัก การ ขนส่งภาคพื้นดิน บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคารและร้านค้าปลีกต่างๆ

2. ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวหรือมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการต่างๆ เช่น บริษัท จัดนำเที่ยว วารสารหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนำเที่ยว บุคลากร ฝ่ายบริหารในธุรกิจโรงแรม และบริษัท ที่ทำการศึกษาวิจัยหรือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว

3. หน่วยงานและหรือองค์กรต่างๆ ของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน ซึ่งมีหน้าที่ในการ วางแผนพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาให้ การศึกษาและฝึกอบรมที่เกี่ยวกับวิชาการท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเราสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท (วินิจ วิริยางกูร, 2532 : 85-86)

1. การแบ่งส่วนตลาดเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร

- 1.1 อายุ
- 1.2 ระดับการศึกษา
- 1.3 เพศ
- 1.4 ระดับรายได้
- 1.5 ขนาดของครอบครัว
- 1.6 ชนชั้นทางสังคม
- 1.7 เชื้อชาติหรือจริยศาสตร์
- 1.8 อาชีพ
- 1.9 อื่นๆ

2. การแบ่งส่วนตลาดเชิงผลิตภัณฑ์

- 2.1 กิจกรรมการพักผ่อน

- 2.2 อุปกรณ์ที่ใช้
- 2.3 ปริมาณที่ใช้
- 2.4 ความรักดีในสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.5 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- 2.6 ระยะเวลาการพำนักร
- 2.7 วิธีการเดินทาง
- 2.8 ประสบการณ์ที่คาดว่าจะได้รับ
- 2.9 อื่นๆ

3. การแบ่งส่วนตลาดเชิงจิตพิสัยศาสตร์

- 3.1 บุคลิกภาพ
- 3.2 วิธีการดำรงชีวิต
- 3.3 ลักษณะท่าทางความสนใจ ความคิดเห็น
- 3.4 มุลเหตุจูงใจ
- 3.5 อื่นๆ

4. การแบ่งส่วนตลาดเชิงภูมิศาสตร์

- 4.1 ภูมิภาค
- 4.2 ขอบเขตของตลาด
- 4.3 ในเมือง ชานเมือง ชนบท
- 4.4 ขนาดของเมือง
- 4.5 ความแตกต่างของพลเมือง
- 4.6 อื่นๆ

วินิจ วีรยางกูร (2532 : 32-34) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. การเปลี่ยนวิธีการดำรงชีวิต คือ การที่คนเริ่มประหยัดเงินส่วนหนึ่งเพื่อนำเงินมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน
2. รายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันผู้หญิงทำงานมากขึ้น มีรายได้สูงขึ้น ฯลฯ ทำให้เกิดตลาดใหม่ขึ้น โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยว สินค้าประเภทสมัยนิยม กิจกรรมธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดส่วนนี้
3. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าเศรษฐกิจโลกตกอยู่ในภาวะเจริญเติบโต ทรงตัวหรือทรุดตัว เป็นบางครั้งสลับกันไป แต่รายได้และประสิทธิภาพในการผลิตก็สูงขึ้น ด้วยสาเหตุนี้ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเจริญเติบโตอย่างมองเห็นได้ชัด

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลง โดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบิน ทำให้คนระดับกลางสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะทางไกลๆ
5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีเงินสกุลอ่อนกว่า
6. สภาวะแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล เมื่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองสงบเรียบร้อยไม่มีปัญหาใดๆ การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้น

3.2 รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2541 : 8)

3.2.1 การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชม ในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

3.2.2 การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจ

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ครอบงำงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมี

จิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3.2.3 การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

3.2.4 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงาน และการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ ถูกจัดให้เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

การท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท อาจแบ่งระดับการท่องเที่ยวได้ 4 แบบที่ต้องการการจัดการต่างกันคือ

1. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรให้คงไว้นานที่สุด ครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเหล่านี้ ควรจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งครอบคลุม Natural Tourism, Cultural Tourism และ Historical Tourism ทั้งหมด

2. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการรักษาระบบนิเวศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้นๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco tourism)

3. การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุม สัมมนา การติดต่อธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี (Conventional Tourism)

4. การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งยังคงมีแอบแฝงอยู่ในทุกส่วนหรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่ เช่น Sex tour, Casino และเกมส์กีฬาบางประเภท เป็นการท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม (Immorality Tourism)

3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป. : 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

- การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึงทั้งคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
- ที่พัก
- ร้านอาหาร และภัตตาคาร
- บริการนำเที่ยว

- สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่น่าให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)

- ร้านขายของที่ระลึก
- ความปลอดภัย
- การเผยแพร่และการโฆษณา

ส่วนในรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้อีกทัศนะหนึ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 หลัก คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อยเช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคม วัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ของระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรง และจากการบริการที่เกิดขึ้น

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริม การพัฒนาการขยายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุน

จัดสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของการประกอบธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆทางอากาศ มีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 วิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีการบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ขายนักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นขายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมือง และปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สถานะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองของบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา เมืองคัมพรภพหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการให้บริการ มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้นความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้เหมือนโลกจะหดตัวเล็กลงรัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่การส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความจำเป็นในการรักษาสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีความหมายและความสัมพันธ์กันโดยตรงกับประชาชนในพื้นที่ และสังคม ดังนั้นการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงหมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนอง ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

อย่างไรก็ตามแนวคิดของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดนโยบายหลัก ปี 2545 ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไว้อย่างชัดเจนและประกาศอย่างเป็นทางการ โดยนโยบายหลักทั้ง 8 ประการ ของ ททท. คือ

1. ส่งเสริม ชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบด่วน
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากที่สุด
5. เพิ่มความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศ ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกาย และทรัพย์สินของตนเอง และของหมู่คณะ
6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการ
7. เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด
8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

นโยบายหลักทั้ง 8 ประการ ดังกล่าว เป็นนโยบายที่มุ่งเป็นให้การท่องเที่ยวมีพัฒนาการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายข้อที่ 2, 3 และ 8 คือ นโยบายมุ่งประสานความเจริญทางเศรษฐกิจกับการสวงรักษา และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้ โดนยินยอมให้ใช้ประโยชน์แต่พอควร เพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และทรัพยากรเพื่อคนรุ่นหลังต่อไป

การมุ่งปฏิบัติงานให้บังเกิดผลตามนโยบายที่กำหนดไว้ ปรากฏอยู่ในรูปของแผนงาน โครงการ กิจกรรม และมาตรการที่ชัดเจน ผลงานตลอด 36 ปี ที่ผ่านมาของ ททท. นอกเหนือจากการส่งเสริมเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังปรากฏผลงานในด้านการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ การรณรงค์ให้ความรู้ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสมดุลระบบนิเวศน์ตามธรรมชาติ

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้น การจะผลักดันให้การท่องเที่ยวพัฒนาอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือ และประสานงานกันอย่างใกล้ชิด ต่อเนื่อง และจริงจัง ททท. เพียงหน่วยงานเดียวคงไม่สามารถดำเนินการให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวดังกล่าวได้ ด้วยเงื่อนไขหลายประการ อาทิ

- องค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีทั้งภาครัฐ และเอกชน ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นด้วย แต่ละองค์กรต่างๆ มีบทบาทที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบของพระราชบัญญัติ ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศกระทรวง กฎกระทรวง มีมากกว่า 50 ฉบับ แต่ละฉบับต่างเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย และองค์กรรักษากฎหมายนั้น โดยเฉพาะ ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างกว้าง แต่ในบางครั้งอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง หรือยั่งยืนได้

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันได้เกิดความพยายามที่จะประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะพยายามผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโต และพัฒนาอย่างยั่งยืน ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจะพบว่าเกิดกิจกรรมที่มีลักษณะสร้างสรรค์หลายกิจกรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมมุ่งเน้นที่จะเผยแพร่แนวคิดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กว้างขวางไปยังประชาชนทั้งไปทุกวงการ กิจกรรมที่น่าสนใจดังกล่าว อาทิ

- การจัดสัมมนาเรื่องพัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน ซึ่งจัดโดย ททท. ร่วมกับชมรมสื่อมวลชนส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2537 ที่โรงแรมแอมบาสซาเดอร์

- การจัดประชุมเรื่อง “Green Operation in Hotel Industry” ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จัดโดยสมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และ ททท. เป็นองค์กรแห่งที่ร่วมจัดขึ้น เมื่อวันที่ 9-10 มิถุนายน 2537

- การจัดกิจกรรมหน่วยเคลื่อนที่เผยแพร่ด้านความรู้เรื่องการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ โดยครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด คือ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุตรดิตถ์

ตัวอย่างกิจกรรมบางส่วนที่นำเสนอข้างต้น ททท. ดำเนินการโดยประสานงานกับหน่วยงานหลาย หน่วยงาน และพยายามเน้นกลุ่มเป้าหมายในการจัดการกิจกรรมให้กว้างขวางมากที่สุด คือ ทั้งกลุ่มนักธุรกิจ ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษาด้วย ททท. เล็งเห็นว่า นักท่องเที่ยวไทยจะพัฒนาไปอย่างยั่งยืนได้ ต้องร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมผลักดัน ร่วมแก้ปัญหา อนาคตของการท่องเที่ยวจะเติบโตอย่างมีทิศทางที่เหมาะสม

6. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (อ้างใน ปรีดา ศรีเยี่ยม, 2541 : 8) กล่าวว่า เนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้เลือกรับสารที่เป็นประโยชน์ หรือสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ฉะนั้นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ก็คือ การเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสาร ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกลึกซึ้งที่ไม่เหมือนกัน กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของมนุษย์อันประกอบด้วยกระบวนการเลือกสรร 3 แบบ คือ

1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือ สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และจะไม่จำส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

สื่อ (Media)

ในการโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relations) จำเป็นที่จะต้องมีการใช้สื่อ อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จดหมายตรง (Direct mail) ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นช่องทาง (Channel) โดยลักษณะของสื่อที่ดีจะต้องเป็นสื่อที่มีจิตวิทยา (Psychology) และสังคมวิทยา (Sociology) (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 133) สื่อแต่ละชนิดประกอบด้วย

1. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทาง มีการโต้ตอบกันได้ แต่มักเป็นไปในวงแคบ
2. สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet, E-mail ซึ่งมีข้อดี คือให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ เสียงสามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก แต่มีข้อเสียคือ มีราคาสูง จำนวนผู้รับสารอยู่ในวงแคบ จึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพพจน์มากกว่า

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media)

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 133) กล่าวถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มนุษย์ย่อมเชื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิตตน เช่น เชื่อพ่อแม่ เชื่อครู เชื่อสามี เชื่อลูก คนเหล่านี้เรียกว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิต (Significant Other) มนุษย์เราทุกคนต้องมีบุคคลเหล่านี้อยู่ในใจ แม้ไม่มีครอบครัวก็ยังมีพ่อแม่ พ่อมีครอบครัวจะยกให้ใครระหว่างแม่หรือภรรยาที่เป็นอีกเรื่องหนึ่งของสังคมวิทยา (Sociology) สำหรับข้อนี้เป็นเหตุที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) เป็นสื่อสำคัญลำดับแรกของการสื่อสารทั้งหมด สามารถชนะทุก ๆ สื่อ แต่ถ้าเมื่อไรคนไม่ชนะสื่ออื่น ๆ บุคคลนั้นต้องพิจารณาตนเอง แสดงว่าตนเองไม่เป็นบุคคลสำคัญของคนนั้น เพราะเขามองข้ามเราไปแล้ว เอาสื่อมาสำคัญกว่าชีวิตของเรา
2. มนุษย์เราให้โทษให้โทษ (Sanction) หมายความว่า ถ้าเขาไม่เชื่อเรา เราสามารถโกรธเขาได้ แต่สื่อโกรธเราไม่ได้ เช่นแม่บอกให้เราไปซื้อสินค้าชิ้นหนึ่งแต่เราไม่ซื้อ แม่สามารถโกรธเราได้ แม้แต่คนรักบอกให้เราซื้อรถยนต์ เราไม่ซื้อเขาอาจโกรธไม่พูดกับเราหลายวัน แต่ถ้าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารบอกให้เราซื้อ แต่เราไม่ซื้อสินค้านั้น สื่อเหล่านั้นก็ทำอะไรเราไม่ได้ ส่วนนี้เรียกว่า ความสามารถทางด้านสังคม (Socialability)

การเลือกสื่อโดยคำนึงถึงหลักสังคมวิทยา

1. สื่อโทรทัศน์ (Television) มีหลักสังคมวิทยา (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 133) มีลักษณะดังนี้
 - 1.1 สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Immovable) ทั้งในบ้านและนอกบ้าน เช่น ถ้าเสียบสายอากาศกับเครื่องรับไว้อย่างถูกต้องแล้ว พอไม่อยากจะเห็นไปห้องอื่น ๆ ก็อาจทำให้ภาพไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับวิทยุแล้ว โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่คงที่อยู่มากกว่า ส่วนวิทยุสามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนก็ได้

1.2 สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อครอบครัวมากกว่า (Family Media) คือการดูโทรทัศน์จะไม่ดูคนเดียว แต่จะดูกับสมาชิกคนอื่น ๆ ของครอบครัว ดังนั้นสินค้าที่สมาชิกในครอบครัวใช้ จึงเหมาะที่จะสื่อทางโทรทัศน์

1.3 จุดแข็งของโทรทัศน์ คือ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนหมู่มาก แทบทุกครอบครัวมีโทรทัศน์ ได้เห็นภาพ เสียงสี น่าสนใจ กระจายข่าวสารได้กว้างขวาง ส่วนจุดอ่อนคือ มีราคาแพง คนสามารถดริโหมทหนีได้ง่าย เมื่อออกอากาศแล้วก็ผ่านไปเลย

2. วิทยุ (Radio) (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 134) มีลักษณะดังนี้

2.1 เป็นสื่อเฉพาะบุคคล (Personal Media) ฟังคนเดียวได้ไม่เหมือนกับสื่อโทรทัศน์

2.2 เป็นสื่อที่ถูกเคลื่อนย้ายได้ (Movable) จะนำไปไหนมาไหนได้สะดวก

จุดแข็งของวิทยุ คือ กระจายได้อย่างกว้างขวาง เป็นสื่อส่วนบุคคล มีความภักดีสูงฟังแล้วติดจุดอ่อนคือ ไม่มีภาพไม่สามารถเห็นภาพได้ การกระจายเสียงของแต่ละสถานีไม่กว้างขวาง ถ้าจะให้กว้างขวางต้องซื้อหลาย ๆ สถานีและควบคุมได้ยาก

3. หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อที่เสนอเรื่องราวได้อย่างฉับไว (Immediate Media) กว่าสื่ออื่น ๆ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 134) มีลักษณะดังนี้

3.1 เป็นสื่อเพื่อสมองที่ชวนคิด

3.2 เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวได้ฉับไว (Immediate Media) แต่ในปัจจุบันสื่อวิทยุไม่ได้แล้ว และถูกใช้เป็นปฏิทินของชีวิต (Calendar) คือ ตอนเช้าทุกวันก่อนออกจากบ้าน ก่อนไปทำงานก็จะตรวจสอบว่าในวันนี้มีอะไรเกิดขึ้นแล้วไหนเป็นลักษณะของการติดตามข่าว

3.3 เป็นสื่อยามเช้าก่อนออกจากบ้าน (Morning Media) ก่อนไปทำงาน ถ้าบ้านใครรับหนังสือพิมพ์ เข้า ๆ ก็ถามว่าหนังสือพิมพ์มาหรือยัง พอมาถึงก็นำอ่านในห้องน้ำหรืออ่านบนโต๊ะอาหารเป็นต้น

3.4 เป็นสื่อที่ไม่เก็บเป็นข้ออ้างอิง (Reference) เพราะเป็นสื่อแบบวันต่อวัน (Day by day Media) เมื่ออ่านแล้วก็ทิ้ง

จุดแข็งของสื่อหนังสือพิมพ์ คือ เป็นสื่อที่กระจายได้กว้างขวาง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ รวดเร็ว สามารถใส่รายละเอียดของข้อมูลได้มาก ส่วนจุดอ่อนของหนังสือพิมพ์คือ ไม่มีเสียงไม่มีการเคลื่อนไหว พิมพ์สีไม่ชัดเจนเพราะกระดาษบางชนิดคุณภาพไม่ดี มีความผิดพลาดได้ง่าย

4. นิตยสาร (Magazine) (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 134) มีลักษณะดังนี้

4.1 เป็นสื่อเพื่อสมองที่ชวนให้คิดเหมือนกับหนังสือพิมพ์

4.2 เป็นสื่อที่นิยมนำไปอ่านในห้องนอน (Bed Time Media)

4.3 เป็นสื่อยามรอคอยที่มีความเป็นส่วนตัวสูง (Wait-time Personal Media)

4.4 เป็นสื่อที่ค่อยข้างไม่มีกำหนดเวลา (Timeless) หมายความว่า จะนำขึ้นมาอ่านเมื่อใดก็ได้ แม้เวลาจะผ่านไป 3-4 เดือน แล้วก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ที่ออกเมื่อ 3 เดือนที่แล้ว จะไม่มีใครนำมาอ่านอีก เป็นต้น

4.5 เป็นสื่อที่ควรค่าแก่การเก็บ จะเปิดอ่านอีกเมื่อไรก็ได้

จุดแข็งของสื่อนิตยสาร คือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะกลุ่มตามรูปแบบของนิตยสาร มีสีสันสวยงาม

จุดอ่อนของนิตยสาร คือไม่มีเสียไม่มีการเคลื่อนไหว ถ้ามีความผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก ไม่ทันเหตุการณ์

การยอมรับของผู้บริโภคในการติดต่อสื่อสาร (Consumer Acceptance of Communication)

เหตุผลหลักสำหรับการติดต่อสื่อสารใด ๆ ก็เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อความคิด หรือการกระทำของผู้บริโภค ดังนั้นการยอมรับการติดต่อสื่อสาร จึงเป็นเป้าหมายธรรมชาติของการติดต่อสื่อสาร การยอมรับการติดต่อสื่อสาร แสดงในรูปแบบ 5 ขั้นตอน ซึ่งจะชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีการประเมินความคิดใหม่และการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

คุกร เสรีรัตน์ (2544 : 256) กล่าวว่า ผู้บริโภคสามารถประเมินความคิด และตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้หลักการดังต่อไปนี้

1. การรู้ถึงข่าวสาร (Awareness) เป็นขั้นแรกของกระบวนการยอมรับ ผู้บริโภคได้เปิดในรับข่าวสาร แต่ยังไม่มีความรู้ที่เพียงพอต่อข่าวสาร ตัวอย่างที่สามารถจะเห็นได้คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคเพียงได้ยินมา แต่ยังไม่มีความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีน้ำหนักพอ
2. ความสนใจ (Interest) ผู้บริโภคเริ่มสนใจข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมขึ้น
3. การประเมินผล (Evaluation) ผู้บริโภคจะมีใจที่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันของเขา และทำการตัดสินใจว่าจะยอมรับทดลองสินค้าใหม่นั้นหรือไม่
4. การทดลอง (Trail) ผู้บริโภคจะมีการทดลองผลิตภัณฑ์ในขนาดที่เป็นจำนวนน้อย เพื่อพิจารณาถึงสรรพประโยชน์โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์อาจถูกปฏิเสธในขั้นนี้หรือก่อนหน้านั้น เป็นขั้นที่ผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นให้สนใจเป็นพิเศษในระหว่างขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4
5. การยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นสุดท้ายของการยอมรับ ซึ่งผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่จะยอมรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรม การซื้อที่ปกติของผู้บริโภค

7. ทฤษฎีทัศนคติ

ทัศนคติเป็นกลไกที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภค คำว่า ทัศนคติหมายถึง สภาพจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่วนความหมายทางการตลาด ให้หมายถึงถึงการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ทัศนคติ หมายถึง ผู้บริโภคประเมินการเลือกสินค้าตามความนึกคิด และใช้ในการตัดสินใจซื้อ

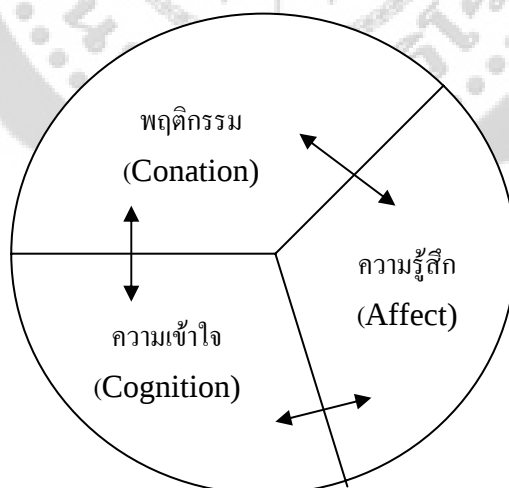
Fishebin ได้แจกแจงพฤติกรรมของบุคคลไว้ในลักษณะที่ว่า บุคคลจะประกอบพฤติกรรมใดๆ นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสังคมและทัศนคติ ซึ่งก่อให้เกิดแนวคิดทางทัศนคติ และพฤติกรรมตามลำดับ

เจนส์กิน (Jenkins. 1972 : 41) ได้อธิบายถึง ปัจจัยสำคัญของทัศนคติคือ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) ความพึงพอใจ (Affective Domain) และความพยายามที่จะบรรลุผล (Conative Domain)

ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) หมายถึง บุคคลพยายามเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ และสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว

ความพึงพอใจ (Affective Domain) จินตารมณ์ และความรู้สึก และอารมณ์ต่างๆ ต่อสิ่งที่อยู่รอบด้าน

ความพยายามที่จะบรรลุผล (Conative Domain) ได้แก่ สภาพที่ไม่ได้อยู่คงที่หรือสมดุล จะเป็นความพยายามที่จะได้รับความตอบสนอง เพื่อให้ทัศนคติอยู่ในสภาพสมดุลต่อไป



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model)

ที่มา : Schiffman and Knauk. 1994 : 285.

โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model) หมายถึง โมเดลทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และ ความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Knauk. 1994 : 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมประสานกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เชิงเฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Knauk. 1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Schiffman and Kanuk. 1994 : 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้

ถ้าทัศนคติของผู้บริโภคมิได้เปลี่ยนแปลง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตลาดก็จะเป็นที่ที่ต้องการศึกษากันอยู่ทุกวันนี้ เพราะความไม่แน่นอน ในทัศนคติของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทราบข้อมูลการเปลี่ยนแปลงและไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวก็ตาม

สาเหตุที่ทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงนั้นอาจสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในระบบสื่อสาร ในลักษณะของการตลาด มุ่งประเด็นโดยการเปลี่ยนวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (Users) เปลี่ยนวิธีการหาตลาดผู้บริโภคใหม่ (New Users) เปลี่ยนวิธีโดยการหาประเภท ผู้บริโภคที่เหมาะสมกับการใช้ผลิตภัณฑ์ (New Market)

2. ทักษะที่เปลี่ยนแปลงยากอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยการใช้วิธีการที่เป็นระบบ และใช้ปัจจัยของเวลา เป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทักษะที่เปลี่ยนแปลงยาก

3. การเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นองค์ประกอบโดยเน้นเรื่องการส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์

ปัจจัยตัวกำหนดที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงทักษะสามารถกระทำได้ง่าย ก็คือ

1. จำนวนหรือขนาดของข่าวสารข้อมูลของเรื่องที่เกี่ยวข้องที่เก็บสะสมอยู่นั้นมีจำนวนที่น้อยในสภาพการณ์เช่นนี้ จึงเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ข้อมูลใหม่ที่จะเข้ามา ให้เข้ามาได้อีก

2. กรณีที่ทักษะต่างๆ ที่รวมอยู่มีลักษณะปะปนกันไปอย่างไม่ชัดเจนหรือเด่นชัด กรณีเช่นนี้ย่อมแสดงว่า การรวมตัวที่แท้จริงของทักษะที่สืบเนื่องจากความนึกคิดของแต่ละคน ค่านิยมที่สำคัญ (Value) หรือสิ่งจูงใจต่างๆ (Motives) ยังไม่ชัดเจน ดังนั้น โอกาสที่ใช้ข้อมูลจูงใจเพื่อมากระตุ้นให้ทัศนคติรวมตัวอย่างชัดเจน และให้เป็นไปในทางใดทางหนึ่ง ย่อมมีมากกว่าและกระทำได้ง่ายกว่า

3. กรณีที่ทัศนคติดังกล่าวมิได้สัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับทัศนคติอื่นๆ ตามปกติคนทุกคนจะทำการรักษาระบบทัศนคติของตนเองให้สมดุลเสมอ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบ ย่อมจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทัศนคติอื่นๆ ในระบบด้วย ถ้าหากทัศนคติต่างๆ สัมพันธ์กันเป็นอันมาก การเปลี่ยนแปลงจึงย่อมจะเป็นไปได้ยากด้วย

4. ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลดังกล่าวไม่เป็นบุคคลที่มีความคิดแคบ หรือไม่ต้องการรับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ถ้าหากเป็นเช่นนั้น โอกาสที่เขาจะรับเอาสิ่งต่างๆ เข้ามาแล้วประเมิน และคิดเพื่อเป็นความเชื่อใหม่ ย่อมจะมีน้อยมาก ทัศนคติจึงย่อมเปลี่ยนได้ยากสำหรับบุคคลประเภทนี้

การที่จะให้ทราบได้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีลักษณะเป็นอย่างไรนั้น จะทำได้โดยการวัดว่าเขาผูกมัดหรือผูกพันตนเอง หรือไม่อย่างไร ขนาดของการผูกพันดังกล่าวนี้ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้ตามสมควร ถ้าหากคนใดคนหนึ่งมีขนาดของการผูกพันมาก โอกาสที่เขาจะปฏิเสธข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความชอบพอของเขาย่อมมีมาก และเป็นไปได้โดยง่าย ตรงข้ามกัน ถ้าหากขนาดของการผูกพันมีน้อย การที่จะป้อนข้อมูลใหม่เพื่อให้เปลี่ยนแปลงซึ่งทัศนคติย่อมจะทำได้ง่ายขึ้นด้วยวิธีต่างๆ ดังที่กล่าวต่อไปนี้

วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ถ้าหากทัศนคติที่มีอยู่มีลักษณะที่ผูกพันต่อของกลุ่มแข่งขันน้อยมาก และส่วนของตลาดเป็นที่ปรากฏชัดแจ้งดังนี้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติย่อมจะมีโอกาสกระทำได้ง่าย วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทำได้ดังนี้ คือ

“จะต้องจูงใจให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยชนิดของข้อมูลที่เหมาะสมอย่างยิ่งต่อโครงสร้างของทัศนคติที่เกี่ยวข้อง และจะต้องเป็นข้อมูลที่ตรงกันกับพื้นฐานการจูงใจของทัศนคติมากที่สุด”

หรือถ้าจะสรุปเป็นขั้นๆ ให้เห็นโดยละเอียดก็จะทำได้โดยวิธีต่างๆ ต่อไปนี้

1. ด้วยการป้อนข้อมูลใหม่ (Provision of New Information) เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติของผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลใหม่ของยาจัดรองเท่าที่ผู้บริโภคไม่ชอบ เพราะสืบเนื่องจากที่เคยทำให้ประเอื้อนมือเสมอ ด้วยข้อมูลใหม่ว่าการเปลี่ยนแปลงหีบห่อใหม่ และมีวิธีใช้ใหม่ที่ไม่ทำให้ประเอื้อนมืออีก ย่อมเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการเปลี่ยนความเข้าใจของผู้บริโภค การเปลี่ยนตามวิธีก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความเข้าใจเสียใหม่นั้นเอง

2. โดยการนำเอาการเปลี่ยนแปลงไปสัมพันธ์กับสิ่งที่เป็นต้องการต่างๆ (Association Change with Desirable Consequences) ทั้งเพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความชอบพอ (Affective) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีดังกล่าวนี้ก็คือ การย้าให้เกิดความชอบพอใหม่นั้นเอง เช่น การย้าให้เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสวยงาม และมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ไม่แพ้ต่างประเทศ ปั่นกันเงินไหลออกนอกประเทศและยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชาติทางหนึ่งด้วย การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความชอบต่างๆ นั้นเอง

3. โดยการชักจูงให้กระทำในสิ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติ (Inducting the Consumer to Undertake Action Contrary to Hid Behavioral Tendencies) ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ หรือความชอบพอ (Preference) ที่เขามีอยู่แต่เดิม เช่น การให้ทดลองขับรถยี่ห้อใหม่ซึ่งเขามีทัศนคติไม่ชอบมาก่อน ด้วยการให้ทดลองนี้เองจะก่อให้เกิดความไม่สมดุล ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติในที่สุด การเปลี่ยนแปลงตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของพฤติกรรมนั่นเอง

8. ข้อมูลการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะของการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการศึกษาถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดที่เป็นแหล่งโบราณสถาน วัด และวังโบราณต่างๆ ที่มีการก่อสร้างเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี

ข้อมูลทั่วไป

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือเรียกสั้นๆ ว่า “อยุธยา” ตั้งอยู่ในภาคกลาง เป็นเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1893 โดยสมเด็จพระเจ้าอู่ทอง หรือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 ในเวลา 417 ปี ที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีกษัตริย์ปกครอง 33 พระองค์ (ไม่รวมขุนวรวงศาธิราช) จาก 5 ราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททอง และราชวงศ์บ้านพลูหลวง นับเป็นราชธานีของไทยที่มีอายุยืนยาวที่สุดในประวัติศาสตร์ชาติไทยที่อยู่ในดินแดนแหลมทองแห่งนี้

ที่ตั้ง

ทิศเหนือ จดจังหวัดลพบุรี อ่างทอง และ สระบุรี

ทิศใต้ จดจังหวัดปทุมธานี และ นนทบุรี

ทิศตะวันออก จดจังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันตก จดจังหวัดสุพรรณบุรี

สถานที่ท่องเที่ยว

อำเภอเมือง (พระนครศรีอยุธยา)

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา จัดตั้งขึ้นตามโครงการที่นักวิชาการไทยและนักวิชาการญี่ปุ่นได้ปรับขยายมาจากข้อเสนอเดิมของสมาคมไทย-ญี่ปุ่น และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เคยเสนอปรับปรุงบริเวณที่เคยเป็นหมู่บ้านญี่ปุ่น และสร้างพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านญี่ปุ่นมาเป็นการเสนอให้จัดตั้งเป็นศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสถาบันวิจัยและพิพิธภัณฑ์สถานเกี่ยวกับราชอาณาจักรอยุธยา โดยส่วนรวมและได้รับงบประมาณ ช่วยเหลือแบบให้เปล่าจากรัฐบาลญี่ปุ่นเป็นเงิน 999 ล้านบาท เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติ ในพระบรมราชวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 60 พรรษา และเพื่อเป็นที่ระลึกในโอกาสที่มีมิตรภาพระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับราชอาณาจักรไทยได้สถาปนาขึ้นนานมาครบ 100 ปี

อาคารหลักตั้งอยู่ที่ถนนโรจนะ ใกล้กับสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นอาคาร 2 ชั้น ที่มีห้องจัดแสดงพิพิธภัณฑ์อยู่ชั้นบน ส่วนอาคารผนวกตั้งอยู่ที่ตำบลเกาะเรียนซึ่งเคยเป็นที่ตั้งหมู่บ้านญี่ปุ่น เปิดทำการทุกวัน เว้นวันจันทร์-วันอังคาร ตั้งแต่เวลา 09.00-16.30 น. (วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ปิดเวลา 17.00 น.) อัตราค่าเข้าชมสำหรับนักเรียนและนักศึกษา ในเครื่องแบบ 5 บาท ประชาชนทั่วไป 20 บาท และชาวต่างประเทศ 100 บาท รายละเอียดเพิ่มเติม โทร. (035) 245123-4 นอกจากนี้ฝั่งจำลองเมืองกรุงเก่าแล้ว พิพิธภัณฑ์ของศูนย์ศึกษานี้มีลักษณะที่พิเศษแตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่นในประเทศไทยคือ การที่พยายามสร้างชีวิต สังคม วัฒนธรรมในอดีตให้กลับขึ้นมาใหม่ด้วยข้อมูลการวิจัย (Researched Based Reconstruction) โดยนำวิชาการเทคโนโลยีของการจัดพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่มาจัดแสดงนิทรรศการซึ่งจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจชีวิตในอดีตได้ง่าย การจัดแสดงมีทั้งสิ้น 5 หัวข้อ คือ อยุธยาในฐานะราชธานี อยุธยาในฐานะเมืองท่า อยุธยาในฐานะของรัฐรวมศูนย์อำนาจ ชีวชุมชนชนชาวนาไทยและความสัมพันธ์ของอยุธยากับนานาชาติ ทั้งนี้นิทรรศการทุกอย่างที่นำมาแสดงในศูนย์ศึกษาฯ ได้รับการตรวจสอบข้อมูลทางประวัติศาสตร์อย่างละเอียดจากคณะกรรมการด้านวิชาการของคณะกรรมการอำนวยการฯ มาแล้ว จึงน่าที่จะแวะชมเพื่อสร้างพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ และจินตภาพซึ่งจะทำให้การเที่ยวชมในสถานที่จริงมีรสชาติและสนุกยิ่งขึ้น

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ตั้งอยู่ที่ตำบลประตูชัย ปลายถนนขุนเมืองใจ ใกล้ศาลากลางจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นพิพิธภัณฑที่สร้างขึ้นด้วยเงินที่ประชาชนเช่าพระพิมพ์ซึ่งขุดได้จากกรุวัดราชบูรณะที่สมเด็จพระบรมราชาที่ 2 (พระเจ้าสามพระยา) ทรงสร้าง จึงให้ชื่อว่า “สามพระยา” พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดพิพิธภัณฑที่แห่งนี้เมื่อ พ.ศ. 2504 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งแรกในประเทศไทย ที่มีรูปแบบการจัดแสดงแผนใหม่คือนำโบราณวัตถุมาจัดแสดงไม่มากจนแน่น และได้นำหลักการใส่แสงสีมาใช้ทำให้การนำเสนอดูน่าสนใจมาก

พระพุทธรูปประทับนั่งห้อยพระบาท เป็นพระพุทธรูปสมัยทวารวดีที่เคยประดิษฐานในซุ้มพระสถูปโบราณวัดพระเมรุ จังหวัดนครปฐม ซึ่งกรมศิลปากรได้พยายามติดตามชิ้นส่วนต่างๆ ขององค์พระที่กระจัดกระจายไปอยู่ในที่ต่างๆ มาประกอบขึ้นเป็นองค์ได้อย่างสมบูรณ์ นับเป็นพระพุทธรูปที่มีค่ามากองค์หนึ่งเพราะในโลกมีเพียง 6 องค์เท่านั้น

เศียรพระพุทธรูปสมัยอยุธยา มีขนาดใหญ่มาก ได้จากวัดธรรมมิกราช แสดงถึงความเก่าแก่ของวัดและฝีมือการหล่อวัตถุนาดใหญ่ในสมัยโบราณ นอกจากนี้ยังมีโบราณวัตถุที่ขุดพบอีกมากมายโดยเฉพาะที่ได้จากกรุวัดราชบูรณะรวบรวมไว้ในห้องมหรรมภัณฑ มีเครื่องราชูปโภคทองคำ ทองกร พานรุذن ผ้าทรวง เครื่องประดับเศียรสำหรับชายและหญิง พระแสงดาบฝักทองค่าประดับพลอยสีต่างๆ เป็นต้น แสดงความรู้เรื่องของกรุงศรีอยุธยาในอดีตไว้อย่างน่าสนใจมาก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาเปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. วันพุธ-วันอาทิตย์ ปิดวันจันทร์ วันอังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ค่าธรรมเนียมการเข้าชมผู้ใหญ่คนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 10 บาท รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อ โทร. (035) 241587

พระที่นั่งวิหารสมเด็จ ตั้งอยู่ทางตอนใต้สุด เป็นปราสาทขุดปรารภมีมุกหน้าหลังยาวแต่มุขข้างสั้น มีกำแพงแก้วล้อม 2 ด้าน ตามพงศาวดารกล่าวว่าสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง โปรดให้สร้างเมื่อ พ.ศ. 2186 เพื่อแทนพระที่นั่งมณฑลภิเษกที่ถูกฟ้าผ่าไฟไหม้ ชาวบ้านเรียก “ปราสาททอง” เนื่องจากเป็นปราสาทปิดทององค์แรกที่สูงขึ้นสำหรับประกอบพระราชพิธีต่างๆ

พระที่นั่งสรรเพชญปราสาท เป็นปราสาทขุดปรารภตั้งอยู่ตรงกลางสร้างแบบเดียวกันกับพระที่นั่งวิหารสมเด็จ มีมุขเด็จยื่นออกมาเพื่อเสด็จออกรับแขกเมือง มีโรงช้างเผือกกระหนาบอยู่ทั้งสองข้าง

พระที่นั่งสุริยาสน์อมรินทร์ เป็นปราสาทจตุรมุขก่อด้วยศิลาแลง อยู่ติดกำแพงริมน้ำ เดิมชื่อ พระที่นั่งสุริยามรินทร์ ต่อมาเปลี่ยนเป็นชื่อนี้เพื่อให้คล้องกับชื่อ “พระที่นั่งสรรเพชญปราสาท” ก่อสร้างเป็นปราสาทจตุรมุขยกพื้นสูงกว่าพระที่นั่งองค์อื่นๆ ใช้เป็นที่สำหรับประทับทอดพระเนตรขบวนแห่ทางน้ำ

พระที่นั่งจักรวรรดิไพชยนต์ สมเด็จพระเจ้าปราสาททองสร้างเมื่อ พ.ศ. 2175 พระราชทานนามว่า “พระที่นั่งสิริยโสธรรมหาพิมานบรรยงก์” คล้ายปราสาทที่นครธม ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็น “พระที่นั่งจักรวรรดิไพชยนต์” ลักษณะเป็นปราสาทตรีมุข ตั้งอยู่บนกำแพงชั้นในหน้าพระราชวัง เป็นที่สำหรับ

ทอดพระเนตรกระบวนแห่และฝึกซ้อมทหารเหมือนพระที่นั่งพุทไธสวรรย์ที่พระบรมมหาราชวัง
กรุงเทพฯ

พระที่นั่งตรีมุข อยู่ข้างหลังพระที่นั่งสรรเพชญปราสาท ไม่ปรากฏปีที่สร้าง เข้าใจว่าเดิมเป็นพระ
ที่นั่งฝ่ายในและเป็นที่พักประทับในอุทยาน

พระที่นั่งบรรยงก์รัตนาสน์(พระที่นั่งท้ายสระ) เป็นปราสาทจตุรมุข ตั้งอยู่บนเกาะกลางสระน้ำ
สมเด็จพระเพทราชาโปรดให้สร้างขึ้นเป็นที่ประทับสำหรับพระราชนัดดา เมื่อ พ.ศ. 2231 และได้เสด็จ
ประทับตลอดรัชกาล มีพระแท่นสำหรับทอดพระเนตรปลาที่ทรงเลี้ยงไว้ในสระนั้นด้วย

พระที่นั่งทรงปืน อยู่ริมสระด้านตะวันตก ใกล้พระที่นั่งบรรยงก์รัตนาสน์ สร้างเป็นรูปยาวรี
น่าจะใช้เป็นที่ฝึกซ้อมเพลงอาวุธ และในสมัยสมเด็จพระเพทราชาทรงใช้เป็นที่ตั้งออกขุนนาง

วัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นวัดสำคัญที่สร้างอยู่ในพระราชวังหลวงเช่นเดียวกับวัดพระศรีรัตน
ศาสดารามที่กรุงเทพฯ หรือวัดมหาธาตุแห่งกรุงสุโขทัย ในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 ใช้เป็นที่ประทับ
ต่อมาสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงสร้างพระราชมณเฑียรขึ้นใหม่แล้ว โปรดยกให้เป็นเขตพุทธาวาส
เพื่อประกอบพิธีสำคัญต่างๆ ของบ้านเมือง จึงเป็นวัดในเขตพระราชวังที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ต่อมาใน
สมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างพระสถูปเจดีย์องค์ตะวันออกเพื่อบรรจุพระอัฐิของสมเด็จพระ
บรมไตรโลกนาถพระราชบิดา เมื่อ พ.ศ. 2035 องค์กลางบรรจุพระอัฐิของสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระ
เชษฐาธิราช ในปี พ.ศ. 2042 ทรงสร้างพระวิหารและในปีถัดมาทรงหล่อพระพุทธรูปยืนสูง 8 วา หุ้มด้วย
ทองคำหนัก 286 ชั่ง (ประมาณ 171 กิโลกรัม) ถวายพระนามว่า “พระศรีสรรเพชญ์ดาญาณ” ซึ่งภายหลัง
เมื่อเสียกรุง พ.ศ. 2310 พม่าได้เผาลอกทองคำไปหมดและองค์พระพังยับเยิน เจดีย์องค์ที่ 3 ถัดมาด้านทิศ
ตะวันตกเป็นเจดีย์บรรจุพระอัฐิของสมเด็จพระบรมราชาที่ 2 ซึ่งสมเด็จพระบรมราชาที่ 4 พระราชโอรส
ได้โปรดให้สร้างขึ้น

วิหารพระมงคลบพิตร ตั้งอยู่ทางด้านใต้ของวัดพระศรีสรรเพชญ์ พระมงคลบพิตรเป็นพระ
พุทธรูปนาคทนต์องค์ใหญ่องค์หนึ่งในประเทศไทย เดิมอยู่ทางทิศตะวันออกนอกพระราชวัง สมเด็จพระ
เจ้าทรงธรรมโปรดฯ ให้ย้ายมาไว้ทางด้านตะวันตก ที่ซึ่งประดิษฐานอยู่ในปัจจุบันและโปรดฯ ให้ก่อ
มณฑปสวมไว้ ครั้นถึงแผ่นดินของสมเด็จพระเจ้าเสือ ยอดมณฑปเกิดไฟไหม้เพราะอสุนีบาตทำให้
ส่วนบนขององค์พระมงคลบพิตรเสียหาย จึงโปรดให้ก่อสร้างใหม่ แปลงเป็นพระวิหารแทน เมื่อเสียกรุง
ครั้งที่ 2 วิหารพระมงคลบพิตรได้ถูกไฟไหม้ พระวิหารและองค์พระพุทธรูปได้รับการปฏิสังขรณ์ใหม่
ฝีมือไม่งดงามอ่อนช้อยเหมือนเก่า บริเวณข้างวิหารพระมงคลบพิตรทางด้านทิศตะวันออก เดิมเป็น
สนามหลวง ใช้เป็นที่สำหรับสร้างพระเมรุพระบรมศพของพระมหากษัตริย์และเจ้านายเช่นเดียวกับท้อง
สนามหลวงของกรุงเทพฯ

วัดพระราม อยู่นอกเขตพระราชวังไปทางด้านทิศตะวันออก สมเด็จพระรามาธิบดีทรงสร้างขึ้น
ตรงที่ถวายพระเพลิงพระบรมศพสมเด็จพระเจ้าอยู่ทองพระราชบิดา วัดนี้มีบึงขนาดใหญ่อยู่หน้าวัด เดิม
เรียกว่า “หนองโสน” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “บึงพระราม” ปัจจุบันคือ “สวนสาธารณะบึงพระราม” ซึ่งใช้

เป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอีกด้วย

วัดมหาธาตุ ตั้งอยู่ตรงหน้าพระราชวังด้านทิศตะวันออกเชิงสะพานป่าถ่าน สร้างในสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดีเมื่อ พ.ศ. 1927 ลักษณะสถาปัตยกรรมของพระมหาธาตุ (ปรางค์) เป็นแบบแรกของสมัยอยุธยา ซึ่งมีอิทธิพลของขอมปนมาก ชั้นล่างก่อสร้างด้วยศิลาแลง แต่ที่เสริมใหม่ปัจจุบันเป็นอิฐปูน สมเด็จพระเจ้าปราสาททอง ได้ปฏิสังขรณ์พระปรางค์ใหม่โดยเสริมให้สูงกว่าเดิม แต่ขณะนี้ยอดพังลงมาเหลือเพียงชั้นมุขเท่านั้น เมื่อ พ.ศ. 2499 กรมศิลปากรได้ขุดแต่งพระปรางค์แห่งนี้ ได้ของโบราณหลายชิ้นที่สำคัญคือผอบศิลา ภายในมีสถูป 7 ชั้น แบ่งออกเป็น ชิน เงิน นาก ไม้ดำ ไม้จันทร์แดง แก้วโกเมนและทองคำ ชั้นในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุและเครื่องประดับอันมีค่า

วัดราชบูรณะ อยู่เชิงสะพานป่าถ่าน ตรงข้ามวัดมหาธาตุ สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา) โปรดให้สร้างขึ้นเมื่อราว พ.ศ. 1967 ณ ที่ซึ่งใช้ถวายพระเพลิงเจ้าอ้ายกับเจ้ายี่ชนช้างกันจนถึงแก่พิราลัย และโปรดให้ก่อเจดีย์ 2 องค์ สวมทับบริเวณที่ชนช้าง ปัจจุบันเหลือเพียงฐานอยู่กลางวงเวียนหน้าวัด ซากที่เหลืออยู่แสดงว่าวิหารและส่วนต่างๆ ของวัดนี้ใหญ่โตมาก พระปรางค์ที่เหลืออยู่เป็นศิลปะอยุธยาสมัยที่ 1 ซึ่งนิยมตามแบบขอมที่ให้พระปรางค์เป็นประธานของวัด คราวเสียกรุง วัดนี้ถูกเผาเสียหายหมด แม้พระปรางค์ใหญ่จะยังคงเหลืออยู่แต่ได้ถูกคนร้ายลักขุดของมีค่าในกรุไปส่วนหนึ่ง จนกระทั่งกรมศิลปากรได้ขุดกรุเอาโบราณวัตถุที่มีค่าไปรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ซึ่งสร้างโดยเงินบริจาคจากการนำพระพิมพ์ขนาดเล็กที่ได้จากกรุนี้เป็นของชำร่วย เมื่อปี พ.ศ. 2500

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ หรือเรียกกันว่าสวนสมเด็จพระเจ้า ตั้งอยู่บนถนนอุททอง ในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะเมือง เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ ประกอบด้วยต้นไม้ในวรรณคดีโบราณสถาน และศาลาไทย นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาพื้นที่เป็นสวนป่าสมุนไพรอีกด้วย

วังจันทร์เกษมหรือวังหน้า ตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสักมุมทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะเมืองใกล้ตลาดหัวรอ สร้างในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราชยังทรงเป็นมหาอุปราชครองเมืองพิษณุโลก เมื่อ พ.ศ. 2112 เคยเป็นที่ประทับของสมเด็จพระยุพราช และพระมหากษัตริย์หลายพระองค์ เมื่อคราวเสียกรุงในปี พ.ศ. 2310 วังนี้ได้ถูกข้าศึกเผาทำลายเสียหายมากและถูกทิ้งร้างจนถึงรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้โปรดฯ ให้ซ่อมพระที่นั่งพิมานรัตยาและพลับพลาจตุรมุขเป็นที่ประทับเมื่อเสด็จประพาสพระนครศรีอยุธยา ต่อมาในรัชกาลที่ 5 ได้พระราชทานให้เป็นที่ว่าการมณฑลอยุธยา และรัชกาลที่ 7 โปรดฯ ให้เปลี่ยนเป็นศาลากลางจังหวัดจนกระทั่งได้สร้างศาลากลางใหม่แล้ว กรมศิลปากรจึงได้เข้ามาดูแลและจัดทำเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทร์เกษมจนกระทั่งปัจจุบัน เปิดให้เข้าชมทุกวัน เว้นวันจันทร์ วันอังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. ค่าเข้าชม คนไทยคนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 30 บาท รายละเอียดติดต่อ โทร. (035) 251586

กำแพงและประตูวัง เป็นสิ่งที่สร้างใหม่ในรัชกาลที่ 4 ของเดิมมีอาณาเขตกว้างขวางกว่าที่เห็นในปัจจุบัน เพราะขุดพบรากฐานของพระที่นั่งนอกกำแพงวัดด้านในและพบซากอิฐในบริเวณเรือนจำหลายแห่ง

พลับพลาจตุรมุข เป็นพลับพลาเครื่องไม้ ตั้งอยู่บนศาลาใกล้ประตูวังด้านทิศตะวันออก เดิมเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเวลาเสด็จประพาส ปัจจุบันจัดแสดงเครื่องขามลายครามของจีน อาวุธสมัยโบราณ และเครื่องราชูปโภคของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

พระที่นั่งพินนักษัตร เป็นตึกหม้อยู่กลางพระราชวัง เคยเป็นที่ตั้งศาลากลางมณฑลและจังหวัดมาหลายปี ปัจจุบันแสดงพระพุทธรูป เทวรูป พระพิมพ์สมัยต่างๆ และเครื่องไม้จำหลักสมัยอยุธยา

พระที่นั่งพิชัยสถิตย์ (หอส่งกลอง) เป็นหอสูงสี่ชั้นอยู่ที่ริมพระราชวังด้านทิศตะวันตก สร้างในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แต่หักพังลงมาเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 หอที่เห็นอยู่ในปัจจุบันสร้างในสมัยรัชกาลที่ 4 ตามรากฐานเดิม ทรงใช้เป็นที่พักผ่อนพระเนตรดา

วัดเสนาสนาราม อยู่หลังวังจันทร์เกษม เป็นวัดโบราณเดิมชื่อ "วัดเสือ" มีพระพุทธรูปสำคัญ 2 องค์คือ "พระสัมพุทธมุนี" เป็นพระประธานในอุโบสถและ "พระอินทร์แปลง" ประดิษฐานอยู่ในพระวิหารเป็นพระพุทธรูปที่อัญเชิญมาจากนครเวียงจันทน์

วัดสุวรรณดารารามราชวรวิหาร อยู่ในเขตพระนครด้านทิศตะวันออกตอนใต้ ริมป้อมเพชร เดิมชื่อวัดทองเป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงสร้างไว้ครั้งกรุงศรีอยุธยา และพระเจ้าแผ่นดินในราชวงศ์จักรี ได้ทรงสร้างเพิ่มเติมและปฏิสังขรณ์ต่อเนื่องกันมาเกือบทุกรัชกาล ผนังภายในพระอุโบสถตอนบนมีภาพเขียนเทพชุมนุม ตอนล่างเขียนเรื่องเวสสันดรชาดก เติมียชาดกและสุวรรณสามชาดก ตอนหน้าสุดเขียนภาพมารวิชัย พระวิหารมีรูปเขียนแสดงพระราชวีรกรรมของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งเป็นต้นแบบลอกแพร่หลายออกไปหลายแห่ง

วังหลัง ตั้งอยู่ริมกำแพงพระนครศรีอยุธยาด้านทิศตะวันตก (ในเขตโรงงานสุราของกรมสรรพสามิต) เดิมเป็นอุทยานสำหรับเสด็จประพาสเป็นครั้งคราวเรียกว่า สวนหลวง และคงจะปลูกแต่เพียงตำหนักที่พักเท่านั้น ในสมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชาได้โปรดให้สร้างเพิ่มเติมเป็นพระราชวังเพื่อให้เป็นที่ประทับของสมเด็จพระเอกาทศรถ ต่อมาวังหลังได้กลายเป็นที่ประทับของเจ้านายในพระราชวงศ์เท่านั้น จึงไม่ปรากฏสิ่งสำคัญหลงเหลืออยู่นอกจากเจดีย์พระศรีสุริโยทัย

เจดีย์พระศรีสุริโยทัย อยู่ในเกาะเมืองด้านทิศตะวันตก เป็นโบราณสถานที่สำคัญยิ่งแห่งหนึ่งในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพราะสถานที่นี้มีได้เป็นเพียงอนุสรณ์สถานของวีรสตรีไทยพระองค์แรกเท่านั้น หากแต่ยังหมายถึงการยืนยงเกียรติแห่งสตรีไทยที่ได้รับการยกย่องจากสังคมไทยมาแต่ครั้งบรรพกาลอีกด้วย เรื่องมีอยู่ว่า ในขณะที่สมเด็จพระมหาจักรพรรดิขึ้นครองราชย์ได้เพียง 7 เดือนเมื่อ พ.ศ. 2091 พระเจ้าตะเบ็งชเวตี้และบุเรงนอง ยกทัพเข้าล้อมกรุงศรีอยุธยาครั้งแรกโดยผ่านมาจากด้านด่านพระเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี และตั้งค่ายล้อมพระนคร การศึกครั้งนั้นเป็นที่เลื่องลือถึง วีรกรรมของสมเด็จพระสุริโยทัยซึ่งไสช้างพระที่นั่งเข้าขวางพระเจ้าแปร ด้วยเกรงว่าสมเด็จพระมหา

จักรพรรดิพระราชสวามีจะเป็นอันตราจณถูกพระแสงของ้าวฟันพระอังสาขาดสะพายแล่งสิ้นพระชนม์อยู่บนคอช้าง เมื่อสงครามยุติลง สมเด็จพระมหาจักรพรรดิได้ทรงปลงพระศพของพระนางและสถาปนาสถานที่ปลงพระศพขึ้นเป็นวัด ขนานนามว่า "วัดสพสวรรค์" (หรือวัดสวนหลวงสพสวรรค์) ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการสอบสวนหาตำแหน่งสถานที่ต่างๆ ที่กล่าวถึงในพระราชพงศาวดารเพื่อเรียบเรียงเป็นหนังสือประชุมพงศาวดารขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายจึงเป็นเหตุให้ทราบตำแหน่งของวัดสพสวรรค์ ซึ่งยังคงพบเจดีย์แบบย่อไม้สิบสองสูงใหญ่ปรากฏตามที่ตั้งในปัจจุบันนี้ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงขนานนามเรียกชื่อเจดีย์ว่า "เจดีย์พระศรีสุริโยทัย" ในปี พ.ศ. 2533 รัฐบาลได้มอบให้กรมศิลปากร และกรมศิลปากร ดำเนินการบูรณะซ่อมแซมเสริมรูปทรงพระเจดีย์ที่ชำรุดให้อยู่ในสภาพเดิมเป็นที่น่ายินดีว่า ในวันที่ 20 พฤษภาคม 2533 กรมศิลปากรได้พบศิลปวัตถุโบราณ เช่น พระพุทธรูปสลักแก้วสีขาวปางมารวิชัย พระเจดีย์จำลอง ผอบทองคำบรรจุพระธาตุ เป็นต้น ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

สวนศรีสุริโยทัย ตั้งอยู่ใกล้กับเจดีย์พระศรีสุริโยทัย ประกอบด้วยศาลาอเนกประสงค์ พลับพลาสมเด็จพระสุริโยทัย เนินสมาหินอ่อนโบราณอายุกว่า 400 ปี บรรจุชิ้นส่วนพระพุทธรูปที่ชำรุดอัญเชิญมาจากวัดพุทไธสวรรย์ (พระตำหนักเวียงเหล็กของพระเจ้าอู่ทอง) ฯลฯ องค์การสุราเป็นผู้สร้างสวนนี้เพื่ออุทิศส่วนกุศลถวายอดีตพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ในที่ดินซึ่งเคยเป็นเขตพระราชฐานชั้นในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานชื่อ "สวนศรีสุริโยทัย" เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2532 และองค์การฯ ได้ทูลเกล้าฯ ถวายสวนนี้แด่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น.

วัดโลกยสุธา อยู่ถัดจากเจดีย์พระศรีสุริโยทัยเข้าไปทางด้านหลังประมาณกิโลเมตรเศษ บริเวณวัดอยู่ติดกับวัดวรเชษฐาราม ถ้าจะเดินทางไปชมจะไปทางรถยนต์ผ่านไปตามถนนในบริเวณโรงงานสุรา หรือจะเข้าไปตามถนนหลังพลับพลาตรีมุขในบริเวณพระราชวังโบราณ ผ่านวัดวรโพธิ์และวัดวรเชษฐารามเข้าไปจนถึงพระพุทไธยาส์องค์ใหญ่ของวัดได้ พระพุทไธยาส์องค์นี้ก่อด้วยอิฐถือปูนยาวประมาณ 29 เมตร มีซากพระวิหารเป็น 6 เหลี่ยมขนาดใหญ่อยู่ชิดองค์พระเหลืออยู่หลายต้นเข้าใจว่าเป็นซากพระอุโบสถ

ป้อมและปราการรอบกรุง กำแพงเมืองที่พระเจ้าอู่ทองทรงสร้างครั้งแรกนั้นเป็นเพียงเชิงเนินดินและมีเสาไม้ระเนียดปักข้างบน ต่อมาในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิจึงได้ก่ออิฐถือปูน ป้อมตามพระราชพงศาวดารมี อาทิ ป้อมมหาชัย ป้อมซัดกบ ป้อมเพชร ป้อมหอราชคฤห์ และป้อมจำปาพล เป็นต้น ป้อมใหญ่ๆ มักตั้งอยู่ตรงทางแยกระหว่างแม่น้ำ เช่น ป้อมเพชร อยู่ตรงที่บรรจบของแม่น้ำเจ้าพระยากับแม่น้ำป่าสัก ป้อมมหาไชยอยู่ริมวังจันทร์เกษมในที่ซึ่งเป็นตลาดหัวรอในปัจจุบัน ซึ่งตัวป้อมถูกรื้อนำอิฐไปสร้างพระนครใหม่ที่กรุงเทพฯ ในรัชกาลที่ 1

วัดกษัตราธิราชวรวิหาร อยู่นอกเกาะเมืองตรงข้ามกับเจดีย์พระศรีสุริโยทัย ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เดิมชื่อ “วัดกษัตรา” หรือ “วัดกษัตรากรม” เป็นวัดโบราณในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีพระปรางค์ใหญ่เป็นหลักประธานของวัด

วัดไชยวัฒนาราม ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตกนอกเกาะเมือง เป็นวัดที่พระเจ้าปราสาททอง กษัตริย์กรุงศรีอยุธยาองค์ที่ 24 (พ.ศ. 2173-2198) โปรดให้สร้างขึ้น ปัจจุบันเป็นวัดร้าง สิ่งก่อสร้างที่เหลืออยู่มีพระปรางค์ศรีรัตนมหาธาตุและเจดีย์รายตามพระระเบียงครอบพระปรางค์ ความสำคัญอีกประการหนึ่งคือ วัดนี้เป็นที่ฝังพระศพของเจ้าฟ้าธรรมาธิเบศ กวีเอกสมัยอยุธยาตอนปลายกับเจ้าฟ้าสังวาลย์ซึ่งต้องพระราชอาญาโยชนสิ้นพระชนม์ในรัชสมัยของพระเจ้าบรมโกศ วัดไชยวัฒนารามได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2478 และกรมศิลปากรโดยอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้ดำเนินการบูรณะตลอดมาจนปัจจุบันไม่มีสภาพกรังอยู่ในป่าอีกแล้ว และยังคงมองเห็นเค้าแห่งความสวยงามยิ่งใหญ่ตระการตา ซึ่งผู้ไปเยือนไม่ควรพลาดชมอย่างยิ่ง อนึ่ง การเดินทางไปชมวัดสำคัญในประวัติศาสตร์บริเวณนี้ ท่านอาจเช่าเหมาเรือหางยาวจากบริเวณหลังลานจอดรถฝั่งตรงข้ามพระราชวังจันทร์เกษมด้านตะวันออกของเกาะเมือง ล่องไปตามลำน้ำป่าสักลงไปทางใต้ผ่านวิทยาลัยการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดพุทไธสวรรย์ โบสถ์โปรตุเกส วัดไชยวัฒนาราม วัดกษัตราธิราช และเจดีย์พระศรีสุริโยทัยอันสง่างามอีกด้วย ซึ่งจะทำให้การเดินทางมีรสชาติไปอีกแบบหนึ่งโดยเฉพาะเวลาพลบค่ำจะเห็นภาพบริเวณวัดไชยวัฒนารามสวยงามมาก

วัดพุทไธสวรรย์ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำทางด้านใต้ฝั่งตรงข้ามของเกาะเมือง หากเดินทางโดยรถยนต์และใช้เส้นทางสายอยุธยา-เสนา ทางทิศตะวันตกของเกาะเมือง ข้ามสะพานวัดกษัตราธิราชแล้วเลี้ยวซ้าย จะผ่านวัดไชยวัฒนาราม มีป้ายบอกทางเป็นระยะไปจนถึงทางแยกซ้ายเข้าวัดพุทไธสวรรย์ วัดนี้สร้างขึ้นบริเวณที่สมเด็จพระเจ้าอู่ทองอพยพมาสร้างเมืองใหม่ เดิมบริเวณนี้เรียกว่า “เวียงเล็ก” หรือ “เวียงเหล็ก” ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าอู่ทอง ภายในวัดมีสิ่งที่น่าสนใจคือ พระปรางค์ประธานองค์ใหญ่เป็นศิลปะแบบอยุธยาตอนต้น

หมู่บ้านโปรตุเกส ตั้งอยู่ที่ตำบลลำเภาล่ม บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทางทิศตะวันตก อยู่ทางใต้ของตัวเมือง ชาวโปรตุเกสเป็นชาวยุโรปชาติแรกที่เข้ามาติดต่อกับค้าขายกับกรุงศรีอยุธยา โดยเมื่อปี พ.ศ. 2054 อัลฟองโซ เดอ อัลบูเคอร์ก ผู้สำเร็จราชการของโปรตุเกสประจำเอเชีย ได้ส่งนายคูอาร์เต้ เฟอร์นันเดส เป็นทูตเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีกับสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 แห่งกรุงศรีอยุธยา มีชาวโปรตุเกสเข้ามาตั้งหลักแหล่งค้าขายและเป็นทหารอาสาในกองทัพกรุงศรีอยุธยา และสร้างโบสถ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่ศาสนา และเป็นศูนย์กลางของชุมชน ปัจจุบันบริเวณนี้ยังมีร่องรอยสิ่งก่อสร้างปรากฏให้เห็นคือ โบราณสถานซานเปโตร หรือ โบสถ์ในคณะโดมินิกัน มีการขุดค้นพบโบราณวัตถุที่สำคัญ ได้แก่ โครงกระดูกมนุษย์ ก่อด้วยสาบ เหยือกชบาปณ และเครื่องประกอบพิธีทางศาสนา

วัดภูเขาทอง ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ห่างจากพระราชวังหลวงไปประมาณ 2 กิโลเมตร (ทางเดียวกันกับเส้นทางไปจังหวัดอ่างทอง ทางหลวงหมายเลข 309) จะมีป้ายบอกทางแยกซ้ายไปวัดภูเขาทอง วัดภูเขาทองนี้ หนังสือคำให้การชาวกรุงเก่ากล่าวว่า สมเด็จพระรามาธิบดี ทรงสร้างเมื่อ พ.ศ. 1930 เมื่อบูรณอภัยมาตีกรุงศรีอยุธยาได้เมื่อ พ.ศ. 2112 ได้สร้างพระเจดีย์ภูเขาทองขึ้นไว้เป็นที่ระลึก ต่อมาสมเด็จพระเจ้าบรมโกศโปรดให้ซ่อมองค์พระเจดีย์ตอนบนเป็นแบบไทยพร้อมๆ กันกับการบูรณะวัด ขณะนี้จึงปรากฏว่าฝีมือช่างมอญเดิมเหลือเพียงฐานทักษิณ สูงขึ้นไปเป็นพระเจดีย์ย่อไม้สิบสองฝีมือช่างไทย

พระที่นั่งเพนียด ตั้งอยู่ในตำบลสวนพริก ห่างจากตัวเมืองประมาณ 4 กิโลเมตร ตามเส้นทางหมายเลข 309 (ทางเดียวกับวัดภูเขาทอง) สร้างขึ้นเป็นที่สำหรับพระราชพิธีประทับทอดพระเนตรการจับช้างเถื่อนในเพนียด หรือการจับช้างกลางแปลง เป็นประเพณีที่เคยทำกันมาแต่โบราณ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในราชการในเวลาปกติและในเวลาสงคราม พระที่นั่งของเดิมซึ่งสร้างสมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชานั้น ถูกพม่าเผาทำลายเมื่อเสียกรุงครั้งหลัง พ.ศ. 2310 พระที่นั่งเพนียดและตัวเพนียดที่เห็นในปัจจุบันนั้นลักษณะเป็นคอกล้อมด้วยซุงทั้งด้าน มีปีกกาแยกเป็นรั้วไปสองข้าง รอบเพนียดเป็นกำแพงดิน ประกอบอิฐเสมอยอดเสาด้านหลังคอก ตรงข้ามแนวปีกกาเป็นพลับพลาที่ประทับ ซึ่งได้รับการบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2500 และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังได้สนับสนุนเงินงบประมาณแก่กรมศิลปากรในปี พ.ศ. 2531 เพื่อบูรณะเพนียดให้อยู่ในสภาพเดิมอีกด้วย

วัดหน้าพระเมรุ ตั้งอยู่ริมคลองสระบัวด้านเหนือของคูเมือง (แม่น้ำลพบุรีเก่า) ตรงข้ามกับพระราชวังหลวง มีชื่อเดิมว่า “วัดพระเมรุราชิกการาม” พระองค์อินทร์ในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างเมื่อ พ.ศ. 2046 เป็นวัดเดียวในกรุงศรีอยุธยาที่ไม่ถูกพม่าทำลายและยังคงสภาพที่ดีมาก เพราะพม่าได้ไปตั้งกองบัญชาการอยู่ที่วัดนี้ พระอุโบสถเป็นแบบอยุธยาซึ่งมีเสาอยู่ภายใน แต่น่าจะมาเพิ่มเสารับชายคาทีหลังในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศพระประธานในอุโบสถ ซึ่งสร้างปลายสมัยอยุธยาเป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องหล่อสำริดขนาดใหญ่ที่สุดที่ปรากฏและมีความงดงามมาก ด้านหลังพระอุโบสถยังมีอีกองค์หนึ่งแต่เล็กกว่าคือพระศรีอริยเมตไตรย์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการปฏิสังขรณ์โดยรักษาแบบอย่างเดิมไว้ และได้เชิญพระพุทธรูปสีลานั้นห้อยพระบาท สมัยทวารวดีจากวัดมหาธาตุมาไว้ในวิหารน้อย ซึ่งอยู่ฝั่งขวาของพระอุโบสถอีกด้วย พระพุทธรูปสีลาแบบนั่งห้อยพระบาทสมัยทวารวดีนี้ นับเป็น 1 ใน 6 องค์ ที่มีอยู่ในประเทศไทย จึงนับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ

วัดกุฎีดาว อยู่หน้าสถานีรถไฟฝั่งตะวันออก เป็นวัดเก่าแก่ ฝีมือการสร้างงดงามยิ่ง แต่ปรักหักพังไปมากแล้ว ปัจจุบันเป็นวัดร้างไม่ปรากฏแน่ชัดว่าใครเป็นผู้สร้าง

วัดสมณโกศ อยู่ใกล้วัดกุฎีขาว เป็นวัดที่เจ้า พระยาโกษา (เหล็ก) และเจ้าพระยาโกษา (ปาน) ปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช วัดนี้มีพระปรางค์องค์ใหญ่รูปทรงฐานแปลกต่างจากแห่งอื่น เข้าใจว่าเลียนแบบเจดีย์เจ็ดยอดของเชียงใหม่

วัดใหญ่ชัยมงคล (วัดเจ้าพระยาไท หรือ วัดป่าแก้ว) ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำป่าสัก ถ้ามาจากตัวเมืองข้ามสะพานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช แล้วจะเห็นพระเจดีย์วัดสามปลื้มอยู่กลางสี่แยก เลี้ยวขวาไปไม่กี่กิโลก็จะเห็นป่า มีทางแยกซ้ายมือหรือหากมาทางถนนสายเอเชีย เลี้ยวซ้ายแยกออกยูธยาแล้ว พบพระเจดีย์ใหญ่กลางถนนก็เลี้ยวซ้าย วัดนี้ตามข้อมูลประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่าเมื่อ พ.ศ. 1900 พระเจ้าอยู่ทองทรงสร้าง “วัดป่าแก้ว” ขึ้นตรงที่พระราชทานเพลิงศพ “เจ้าแก้วเจ้าไท” ในการสร้างวัดป่าแก้วครั้งนี้ได้ทรงสร้างพระเจดีย์ขึ้นคู่กับพระวิหารด้วย ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2135 สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงเสริมพระเจดีย์ให้ใหญ่และสูงขึ้นพร้อมๆ กับการสร้างเจดีย์ยุทธหัตถีที่ตำบลหนองสาหร่ายจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเฉลิมพระเกียรติเมื่อคราวทรงชนะศึกยุทธหัตถี พระราชทานนามวัดเสียใหม่ว่า “วัดชัยมงคล” ต่อมาเปลี่ยนเปลี่ยนชื่อเป็นวัดใหญ่ชัยมงคล วัดนี้ร้างไปเมื่อคราวเสียกรุงครั้งสุดท้าย แล้วเพิ่งจะตั้งขึ้นเป็นวัดที่มีพระสงฆ์อยู่จำพรรษาเมื่อไม่นานมานี้

วัดพนัญเชิงวรวิหาร ตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสักทางทิศใต้ฝั่งตรงข้ามของเกาะเมือง ห่างจากตัวเมืองราว 5 กิโลเมตร หรือเมื่อออกจากวัดใหญ่ชัยมงคลถึงถนนใหญ่แล้วเลี้ยวซ้าย วัดนี้เป็นวัดที่มีมาก่อนการสร้างกรุงศรีอยุธยา ไม่ปรากฏหลักฐานว่าใครเป็นผู้สร้างพระพุทธรูปซึ่งเป็นพระประธานในพระวิหาร ชื่อพระเจ้าพนัญเชิงสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1867 นับเป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัยที่มีอายุมากที่สุดและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย หน้าตักกว้าง 20.17 เมตร และสูงจากชายพระชนม์ถึงรัศมี 19 เมตร ฝีมือปั้นงดงามเป็นที่เคารพสักการะของชาวจังหวัด ตามตำนานกล่าวว่า เมื่อคราวพระนครศรีอยุธยาจะเสียแก่ข้าศึกนั้น พระพุทธรูปองค์นี้มีน้ำพระเนตรไหลออกมาทั้งสองข้าง

ตึกเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก ก่อสร้างเป็นตึกแบบจีน เป็นที่ประดิษฐานรูปเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก ชาวจีนเรียกว่า “จูแซเนี้ย” เป็นที่เคารพนับถือของชาวจีนทั่วไป

หมู่บ้านญี่ปุ่น ตั้งอยู่ที่ตำบลเกาะเรียน ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีชาวต่างประเทศเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก ในสมัยนั้นทางการญี่ปุ่นได้อนุญาตให้ชาวญี่ปุ่นค้าขายกับชาวต่างชาติได้โดยให้มีหัวหน้าปกครองในกลุ่มคน นับแต่นั้นมาก็มีชาวญี่ปุ่นเข้ามาอาศัยมากขึ้น หัวหน้าชาวญี่ปุ่นในขณะนั้นคือ นากามาสา ยามาดา เป็นผู้มีอำนาจและเป็นที่โปรดปรานของสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม จนได้รับแต่งตั้งเป็นออกญาเสนาภิมุข รัชการต่อมาจนได้รับแต่งตั้งให้เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชจนสิ้นชีวิต ปัจจุบันสมาคมไทย-ญี่ปุ่น ได้จารึกประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านญี่ปุ่นในสมัยกรุงศรีอยุธยามาตั้งไว้ภายในหมู่บ้าน และปรับปรุงบริเวณหมู่บ้านให้เป็นอาคารผนวกของศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา จัดแสดงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอยุธยากับต่างประเทศ การเดินทางสามารถเดินทางจากวัดพนัญเชิงวรวิหารไปอีกประมาณ 1.5 กิโลเมตร ก็จะเห็นอาคารผนวกหมู่บ้านญี่ปุ่นอยู่ทางด้านขวามือ

ปางช้างอยุธยาและเพนียด เป็นสถานที่ฝึกสอนช้าง และเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้ อีกทั้งยังมีบริการขี่ช้างชมเมืองตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น.

อำเภอบางปะอิน

พระราชวังบางปะอิน ตั้งอยู่ในอำเภอบางปะอิน ซึ่งอยู่ห่างจากเกาะเมืองมาทางทิศใต้ประมาณ 18 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทางที่แยกจากเจดีย์วัดสามปลื้มผ่านวัดใหญ่ชัยมงคล วัดพญานาคราช ไปยังบางปะอิน หากมาจากกรุงเทพฯ ตามถนนพหลโยธิน จะมีทางแยกซ้ายบริเวณกิโลเมตรที่ 35 ไปพระราชวังบางปะอิน เป็นระยะทางอีก 7 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีบริการรถโดยสารจากสถานีขนส่งสายตะวันออกถึงเหนือ และรถไฟจากสถานีรถไฟหัวลำโพงมายังอำเภอบางปะอินทุกวัน พระราชวังบางปะอินเปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-15.30 น. อัตราค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 30 บาท เด็ก-นิสิต นักศึกษา (ในเครื่องแบบ) พระภิกษุ สามเณร 20 บาท นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 50 บาท รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อได้ที่ สำนักพระราชวังบางปะอิน โทร. (035) 261044, 261549

วัดนิเวศธรรมประวัติ ตั้งอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศใต้คนละฝั่งกับพระราชวังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้สร้างเลียนแบบโบสถ์ฝรั่ง เมื่อ พ.ศ. 2421 อาคารและการตกแต่งทำแบบโกธิค มีกระจกสีประดับอย่างสวยงาม ภายในเป็นแบบฝรั่งแต่ฐานที่ประดิษฐานพระประธาน คือ พระพุทธรูปมณฑลธรรมโฆสและพระสาวกก็ไม่ได้ทำเป็นฐานชุกชีอย่างในโบสถ์ทั่วไป แต่ทำเหมือนที่ตั้งไม้กางเขนในโบสถ์คริสต์ ช่องหน้าต่างที่เจาะไว้ก็เป็นหน้าต่างโค้ง ที่ฝาผนังโบสถ์ด้านหน้าพระประธานจะเห็นภาพประติมากรรมกระจกสีเป็นพระบรมฉายาลักษณ์ของรัชกาลที่ 5 ด้านขวามือของพระอุโบสถนั้นมีหอแห่งหนึ่ง คือ หอประดิษฐานพระคันธารราษฎร์ซึ่งเป็นพระพุทธรูปยืนปางขอฝน ตรงข้ามกับหอพระคันธารราษฎร์เป็นหอประดิษฐานพระพุทธรูปศิลาเก่าแก่ปางนาคปรกอันเป็นพระพุทธรูปสมัยลพบุรีฝีมือช่างขอมอายุเก่าแก่นับพันปี พระนาคปรกนี้อยู่ติดกับดินพระศรีมหาโพธิ์ใหญ่ที่แผ่กิ่งไปทั่วบริเวณหน้าพระอุโบสถ ถัดไปอีกไม่กี่กิโลเมตรเป็นหมู่ศาลาชนิดต่างๆ ที่มีในประเทศไทย เป็นที่บรรจุอัฐิเจ้าจอมมารดาชุ่ม พระสนมเอกในรัชกาลที่ 4 เจ้าจอมมารดาของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเทวธราตาธิราช และราชสกุลดิศกุล เมื่อเข้าชมพระราชวังบางปะอินแล้ว สามารถเข้าไปชมวัดนิเวศธรรมประวัติได้โดยกระเช้าสำหรับส่งผู้โดยสารประมาณครั้งละ 6-8 คน ค่าโดยสารแล้วแต่บริษัท

วัดชุมพลนิกายาราม อยู่บริเวณหัวเกาะตรงสะพานข้ามไปยังสถานีรถไฟ สมเด็จพระเจ้าปราสาททองโปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2175 และได้รับการปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4

อำเภอนครหลวง

ปราสาทนครหลวง อยู่ริมแม่น้ำป่าสักฝั่งทิศตะวันออก ตำบลนครหลวง เป็นตำแหน่งที่ประทับในระหว่างเสด็จไปพระพุทธบาทที่สระบุรีและเป็นที่ประทับแรมในระหว่างเสด็จลพบุรี สันนิษฐานว่าสร้างในรัชกาลสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม แต่มาสร้างเป็นที่ประทับก่ออิฐถือปูนในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง

ทอง ในแผ่นดินนี้พระองค์โปรดให้ช่างไปถ่ายแบบปราสาทศิลาที่เรียกว่า “พระนครหลวง” ในกรุงกัมพูชาเมื่อ พ.ศ. 2147 มาสร้างใกล้วัดเทพจันทร์เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติที่ได้กรุงกัมพูชากลับมาเป็นประเทศราชอีก แต่สร้างไม่เสร็จสมบูรณ์ด้วยประการใดไม่ปรากฏ ต่อมาจึงมีผู้สร้างมณฑปและพระบาทล้อมขึ้นบนปราสาทนี้ ส่วนตำหนักที่สร้างข้างปราสาทนี้ได้ปรักหักพังหมดแล้ว

อำเภอบางไทร

ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ในพระบาทสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จัดตั้งขึ้นในเขตที่ดินปฏิรูปเพื่อการเกษตรกรรม ตำบลช้างใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ ศูนย์ศิลปาชีพนี้มุ่งฝึกอาชีพเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ วิชาที่สอนให้แก่เกษตรกรได้แก่ การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช การแกะสลัก การจักสาน การทำตุ๊กตา การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การทำเครื่องเรือน การทอผ้า ผลิตภัณฑ์จากผ้า การย้อมสี ช่างเชื่อมและเครื่องเคลือบดินเผา ผลิตภัณฑ์ที่เสร็จแล้วจะส่งไปจำหน่ายที่ร้านจิตรลดาทุกสาขาทั่วประเทศ นอกจากนี้ ภายในบริเวณศูนย์ฯ มีจุดเด่นอีกบริเวณหนึ่งคือ สวนนกบางไทร จัดสร้างเป็นกรงนกขนาดใหญ่ที่จำลองสภาพธรรมชาติเอาไว้พร้อมกับนกนานาพันธุ์กว่า 150 ชนิด ทั้งที่เป็นนกท้องถิ่นและนกหายากชนิดต่างๆ และยังมีอุทยานวังปลา ซึ่งจัดเป็นศูนย์ขนาดใหญ่ แสดงพันธุ์ปลาน้ำจืดหลากหลายชนิดให้ชม เปิดให้เข้าชมทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ อัตราค่าผ่านประตู ผู้ใหญ่ 30 บาท เด็ก 10 บาท (นักเรียนในเครื่องแบบ คนละ 5 บาท) รายละเอียดของศูนย์ฯ สามารถติดต่อได้ที่ โทร. (035) 366092 การเดินทางไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทรสามารถไปทางเรือตามลำน้ำเจ้าพระยาถึงท่าน้ำของศูนย์ฯ หรือไปทางรถยนต์ เมื่อถึงอำเภอบางปะอินแล้ว มีทางแยกซ้ายเข้าสู่สายบางไทร-สามโคก ระยะทาง 24 กิโลเมตร ถึงศูนย์ศิลปาชีพฯ หรือหากไปจากกรุงเทพฯ จะใช้เส้นทางสายนนทบุรี-ปทุมธานี (ทางหลวงหมายเลข 306) เลี้ยวขวาสู่ไปไม่ไกลนักจะมีทางแยกขวามือไปอำเภอบางไทร

การเดินทาง

รถยนต์

1. ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ผ่านประตูน้ำพระอินทร์ แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 ไปยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ใช้ทางหลวงหมายเลข 304 (ถนนแจ้งวัฒนะ) หรือทางหลวงหมายเลข 302 (ถนนงามวงศ์วาน) เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 306 (ถนนติวานนท์) ข้ามสะพานนนทบุรี หรือ สะพานนวจักร์ ไปยังจังหวัดปทุมธานีต่อด้วยเส้นทาง ปทุมธานี-สามโคก-เสนา (ทางหลวง หมายเลข 3111) แล้วแยกขวาที่อำเภอเสนา เข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 3263 ไปยังตัวเมือง พระนครศรีอยุธยา
3. ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปทุมธานี ทางหลวงหมายเลข 306 ถึงทางแยกสะพานปทุมธานี เลี้ยวเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 347 ผ่านศูนย์ศิลปาชีพบางไทร อำเภอบางปะอิน เข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รถโดยสารประจำทาง

กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา มีรถโดยสารทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ รถออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนกำแพงเพชร 2 ทุกวันๆ ละหลายเที่ยว รถธรรมดาและรถปรับอากาศ **รถไฟ**

สามารถใช้ขบวนรถโดยสารที่มีปลายทางสู่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในเขตอำเภอบางปะอิน อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอลำลูกเกด ทางรถไฟจะแยกไปสายเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สถานีชุมทางบ้านภาชี เส้นทางสายเหนือจะผ่านอำเภอท่าเรือด้วย ในแต่ละวันจะมีรถไฟ บริการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารขึ้นลงวันละหลายเที่ยว

นอกจากนี้ การรถไฟฯ ยังจัดขบวนรถจักรไอน้ำเดิน ระหว่างกรุงเทพฯ-สถานีอยุธยา-กรุงเทพฯ ในโอกาสพิเศษ ปีละ 4 ขบวน คือวันที่ 26 มีนาคม (วันสถาปนาการรถไฟและวันที่ระลึกถึงการเปิดทางรถไฟสายแรก ที่เดินรถระหว่างกรุงเทพฯ-นครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2433) วันที่ 12 สิงหาคม (วันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ) วันที่ 23 ตุลาคม (วันปิยมหาราช เพื่อรำลึกถึงพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงให้กำเนิดกิจการรถไฟ) และวันที่ 5 ธันวาคม (วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว)

เรือ

ปัจจุบันเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศมาก เพราะนอกจากจะได้ชมทัศนียภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ของ ประชาชนริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาแล้ว ยังเป็นการย้อนให้เห็นประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยา ที่ประเทศไทย มีการค้าขายกับชาวต่างชาติ โดยเรือสำเภาต่างประเทศ ที่สัญจรในลำน้ำเจ้าพระยาในอดีต

บริการเรือนำเที่ยวไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีดังนี้

บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด จัดรายการนำเที่ยวสู่พระราชวังบางปะอินผ่านวัดไผ่ล้อม และแวะเที่ยว ชมศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ทุกวันอาทิตย์ เริ่มออกเดินทางเวลา 08.00 น. และกลับถึงกรุงเทพฯ เวลา 17.30 น. ของวันเดียวกัน อัตราค่าบริการคนละ 280 บาท (เฉพาะค่าเรือไป-กลับเท่านั้น ส่วนค่าเข้าชมสถานที่และอื่น ๆ นักท่องเที่ยวต้องซื้อบัตรต่างหาก)

เรือโอเรียนเต็ลควีน จัดรายการนำเที่ยวพร้อมอาหารบุฟเฟ่ต์และเครื่องดื่ม นำเที่ยวสู่พระราชวังบางปะอิน และ พระนครศรีอยุธยาเป็นประจำทุกวัน โดยเรือจะออกจากท่าโรงแรมโอเรียนเต็ล บางรัก เวลาประมาณ 08.00 น. อัตราค่าบริการคนละ 1,800 บาท

เรือริเวอร์ซันครุยส์ บริการเดินเรือพร้อมอาหารและเครื่องดื่มสู่พระราชวังบางปะอิน และนำเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา โดยเรือออกจากท่าเรือศูนย์การค้าริเวอร์ไซด์ เป็นประจำทุกวัน เวลา 08.00 น. อัตราค่าบริการ คนละ 900-1,200 บาท

เรือสอร์ชันครุยส์ บริการนำเที่ยวอยุธยาพระราชวังบางปะอิน เดินทางโดยรถและกลับทางเรือ รถออกจาก ลานจอดรถ ใกล้โรงแรมแห่งกริล่าทุกวัน เวลา 08.30 น. อัตราค่าบริการพร้อมอาหารบนเรือ คนละ 1,490 บาท

เรือเมฆขลา มีบริการนำเที่ยวสู่พระราชวังบางปะอิน และนำเที่ยวพระนครศรีอยุธยา แบบ 2 วัน 1 คืน โดยเรือจะออกจากโรงแรมแม่น้ำ เวลา 15.00 น. อัตราค่าบริการพร้อมอาหารและเครื่องดื่ม คนละ 3,500-4,500 บาท

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางน้ำเลียบชายฝั่งรอบเกาะเมือง ทำได้โดยการเช่าเหมาลำเรือหางยาว ได้ที่ท่าหน้า หน้าพระราชวัง จันทรเกษม อัตราค่าบริการจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาและเส้นทาง

บริษัท ออยุธยา ริเวอร์ ครุยส์ จำกัด มีบริการนำเที่ยวชมเมืองอยุธยา และชมพระราชวังบางปะอิน โดยเรือ เบญจรงค์ ตั้งแต่เวลา 09.00 น. ทุกวัน อัตราค่าบริการล่องชมเมืองอยุธยา ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท

รูปการเดินทางท่องเที่ยว

ภายในบริเวณตัวเมืองจังหวัดอยุธยามีบริการให้เช่าพาหนะมากมายไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้สะดวกสำหรับผู้ที่มีได้นำรถส่วนตัวมา ในการเดินทางจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งมีระยะทางไม่ห่างไกลกันมากนัก รูปแบบพาหนะที่มีให้บริการคือ

- จักรยาน
- เรือ
- รถสามล้อ
- จี๊ป
- เดินเท้า
- อื่นๆ

สถานที่พัก

- โรงแรม ซึ่งจะมีให้เลือกตั้งแต่ระดับ 5 ดาว ไปจนถึง โรงแรมธรรมดา
- บ้านพัก
- ห้องพัก

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยทาง

รถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัดอุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์/โทรทัศน์/วิทยุ มีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1-3 วัน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปเที่ยวมากที่สุด คือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง ปัจจัยด้านรายได้มีผลในระดับมากต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01 และสิ่งอำนวยความสะดวก ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01

อภิรักษ์ ไวทยกุล (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและหญิงมีจำนวนครั้งการมาเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อปี และแนวโน้มการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ใกล้เคียงกัน อายุ และรายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อปี และแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูอีกครั้ง นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อปี และมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการครั้งต่อไปมากที่สุด อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป รูปแบบการดำรงชีวิต มีผลต่อจำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อปี และแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าการบริการสถานตากอากาศบางปูด้านอาหาร ที่พัก พนักงานกิจกรรมสันทนาการ และทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูด้าน แนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูอีกครั้ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าการจูงใจด้านการบริโภคอาหาร เพื่อการเข้ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมคล้ายกัน และเพื่อความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อปี

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ

40 จะเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของตน นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นกลุ่มโดยเฉพาะการเดินทางไปกับเพื่อนฝูงและครอบครัว จำนวนบุคคลในกลุ่มจะอยู่ประมาณ 2-10 คน การเดินทางแต่ละครั้งนิยมที่จะเดินทางไปหลายๆ จังหวัด โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-4 วัน ดังนั้น การแวะพักในแต่ละจังหวัดจึงเป็นเพียงระยะสั้นๆ สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วงปิดภาคเรียน วันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาลนักขัตฤกษ์ การตัดสินใจในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง เสียค่าใช้จ่ายเองและไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง หรือถ้ามีการวางแผนล่วงหน้าก็เป็นเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ในด้านลักษณะการเดินทางนักท่องเที่ยวเกินกว่าร้อยละ 70 นิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีความรู้จักคุ้นเคยกับการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวเพราะสามารถเลือกเวลาเดินทางได้ตามสะดวกรวมทั้งโปรแกรมการเดินทางยืดหยุ่นได้ตามความพอใจ ในการเดินทางด้วยตนเองนั้นพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรถโดยสารประจำทาง รองลงมาคือรถยนต์ส่วนบุคคลในอัตราใกล้เคียงกัน การเช่ารถและการให้บริการรถไฟมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 30 การเดินทางโดยเครื่องบินน้อย ในด้านสถานที่พักแรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นบ้านญาติและบ้านเพื่อนในสัดส่วนที่สูง สำหรับการให้บริการโรงแรมนิยมที่จะพักในโรงแรมที่มีระดับราคาอยู่ระหว่าง 200-500 บาท รองลงมาเป็นที่พักแรมแบบบังกะโล แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันคือ แหล่งท่องเที่ยวแถบภูเขา อุทยานแหล่งชาติต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวในเมืองสำหรับงานเทศกาล และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก การได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างๆ นั้นส่วนใหญ่ข่าวสารที่จะได้รับเป็นการบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ญาติมิตร สำหรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อโฆษณาต่างๆ ยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือจากการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายมากนัก

กัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบบกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสบายขึ้น รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย นิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากภูมิลำเนามากนัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน รองลงมาคือเยี่ยมญาติ และลักษณะของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่วนใหญ่ เลือกสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน คือเลือกชายทะเล การคมนาคมขนส่งสะดวก และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าปัจจัยที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชายทะเลที่เป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น และสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชายหาดที่สะอาด สวยงาม รวมทั้ง

ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ในด้านการรับข้อมูลข่าวสารพบว่า สื่อบุคคลมีความสำคัญมากที่สุดในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี

สมกมล พวงพรหม (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี และมีสถานภาพโสด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจาก ประเทศอเมริกา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้/ปี น้อยกว่า US\$ 10,000 ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อความบันเทิง การรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน และร้านอินเทอร์เน็ต ส่วนแหล่ง ข้อมูลจากบริการท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ และ โทรทัศน์ มีการรับรู้ข่าวสารในระดับน้อย นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในด้านต่างๆดังนี้ ด้านราคา ด้านรูปแบบดนตรีในสถานบันเทิง มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ด้านรสชาติ คุณภาพของทั้งอาหารไทย และอาหารนานาชาติ ด้านความหลากหลายของบริการ ราคา และการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว ด้านความหลากหลาย ความทันสมัยของสินค้า ด้านราคา และความเร็วของอินเทอร์เน็ต มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ด้านของความสะอาดและความปลอดภัยของที่พัก มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ไม่ดี ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารในครั้งนี้มากที่สุดคือ เพื่อนและตนเอง โดยส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นการครั้งที่ 2 จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อวันคือ US\$ 43.29 ค่าเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะมาท่องเที่ยวอีกในคราวหน้ามีค่าเท่ากับ 3.90 เพศ และรายได้ มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านแหล่งบันเทิง สถานภาพสมรส, อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านที่พัก การศึกษา และอาชีพมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านร้านอาหาร การศึกษามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร ปัจจัยเชิงจิตการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว และทัศนคติของ นักท่องเที่ยวด้านที่พัก และด้านแหล่งบันเทิง ในการท่องเที่ยวชุมชนถนนข้าวสาร การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติด้านที่พัก แหล่งบันเทิง ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง และร้านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร

ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง โดยสื่อ

นิตยสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากที่สุด ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง การให้คุณค่าสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุกด้านโดยรวมไม่แตกต่างกัน อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ในข้อจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทักษะด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

ศิริ จริงจิตร (2539 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา การศึกษาได้ทำการทดสอบสมมติฐานว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพศ อายุ สัญชาติ จุดประสงค์ที่มา อาชีพ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นๆ ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่พบความแตกต่าง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่าย จำนวนผู้ร่วมเดินทางและระยะเวลาพำนักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่าย เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่มี รายได้มากกว่า US\$ 10,000 ต่อปี สัญชาติของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม ที่ 2 คือนักท่องเที่ยว จากอเมริกาเหนือ และ วัตถุประสงค์ที่มา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในทางบวก

ดวงเดือน จิระกุล (2533 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต การศึกษานี้มุ่งศึกษา

ทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก หรือมีทัศนคติที่ดี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในทุกประเภทมาก ความรู้ความเข้าใจของนักเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

วันทนา สุรชีวิน (2539 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ทัศนคติในการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว เพศ อายุ อาชีพ สัญชาติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

อัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546 : 189-190) ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ด้านจำนวนผู้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนด้านจำนวนผู้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมดซึ่งไม่ทราบจำนวน จากข้อมูลปี พ.ศ. 2547 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวนทั้งสิ้น 1,154,555 คน (กองสถิติและวิจัย : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ข้อมูลอ้างอิงจากกองสถิติและวิจัย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ.2547 ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 1,154,555 คน ดังนั้นสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่สามารถยอมรับได้ว่ามากเพียงพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยใช้สูตร ทาโรยามาเน่ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2544 : 138 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane, 1973. Statistics : An Introductory Analysis. P.715) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N e^2}$$

กำหนดให้	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของจำนวนประชากร
	e	=	ระดับของความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (กำหนดให้ = 0.05)

เพราะฉะนั้นจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{1,154,555}{1 + \sqrt{(1,154,555) (0.05)^2}} = 399.86 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

โดยขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ดังนี้
 ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเจาะจงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้

ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย Simple Random Sampling (SRS) โดยจับฉลากจากสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนครึ่งหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแบ่งเป็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. วัดพระศรีสรรเพชญ์ | 2. วิหารพระมงคลบพิตร |
| 3. วัดพระราม | 4. วัดมหาธาตุ |
| 5. วัดราชบูรณะ | 6. วัดกษัตราธิราชวรวิหาร |
| 7. วัดพนัญเชิงวรวิหาร | 8. วัดไชยวัฒนาราม |
| 9. วัดใหญ่ชัยมงคล | 10. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา |
| 11. ป้อมและปราการรอบกรุง | 12. ปราสาทนครหลวง |
| 13. เจดีย์พระศรีสุริโยทัย | 14. กำแพงและประตูวัง |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่

- | | |
|------------------------|------------------------------------|
| 1. ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร | 2. เพนียดคล้องช้าง |
| 3. วัดนิเวศธรรมประวัติ | 4. แหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านนาชาติ |
| 5. พระราชวังบางปะอิน | 6. กลุ่มขุนแผน |

หลังจากกลุ่มจับฉลากได้สถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครึ่งจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อทำการเก็บแบบสอบถามดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. วัดพระศรีสรรเพชญ์ | 2. วิหารพระมงคลบพิตร |
| 3. วัดพระราม | 4. วัดราชบูรณะ |
| 5. วัดใหญ่ชัยมงคล | 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร |
| 7. วัดไชยวัฒนาราม | |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. กลุ่มขุนแผน | 2. เพนียดคล้องช้าง |
| 3. พระราชวังบางปะอิน | |

ขั้นที่ 3. การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนการเก็บแบบสอบถามสถานที่ละเท่าๆกัน โดยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดมี 10 แห่ง เก็บแบบสอบถามแห่งละ 40 คน

ขั้นที่ 4. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนด ให้ครบตามจำนวนที่กำหนดในขั้นที่ 3

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ สัญชาติ ขนาดครอบครัว ประสบการณ์การท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกเพียงสองคำตอบ (Dichotomous Question) จำนวน 3 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และลักษณะคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 11 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
3. สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
6. รายได้ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

7. สัญชาติ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
8. ขนาดครอบครัว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
9. ประสบการณ์การท่องเที่ยวนอกบ้านเกิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
10. ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
11. จำนวนประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Question) จำนวน 18 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) 2 ระดับแบบใช้สำหรับการวัดแบบสอบถามประเภทความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบคือ ใช่ และไม่ใช่ มีข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ใช่” จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 2 5 6 8 9 11 12 14 15 และ 17 ส่วนข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ไม่ใช่” จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อ 3 4 7 10 13 16 และ 18 โดยในการแปลผลจะแยกเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ผู้ตอบมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอย่างถูกต้องให้ 1 คะแนน

ผู้ตอบไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอย่างถูกต้องให้ 0 คะแนน

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรายชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{9 - 0}{3} \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความรู้ความเข้าใจ
0 - 3	มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย
4 - 6	มีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลาง
7 - 9	มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมาก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคำถามเป็นจะเป็นคำตอบวัดทัศนคติแบบ Likert scale แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 23 ข้อ เพื่อใช้ทดสอบระดับความความคิดเห็น แยกได้ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีจำนวนคำถามทั้งหมด 7 ข้อ
2. ทัศนคติด้านความปลอดภัย มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
3. ทัศนคติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีจำนวนคำถามทั้งหมด 11 ข้อ

ระดับความคิดเห็น ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉยๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างขั้นตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 - 81) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันดับภาคขั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติไม่เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเฉยๆ
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งสื่อออกเป็น 2 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ซึ่งใช้สเกลคำตอบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยให้ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 20 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับการรับรู้	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่ได้รับข้อมูล	1

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8 - 11)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของระดับการรับรู้ดังนี้

1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลจากสื่อ
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับข้อมูลจากสื่อในระดับน้อย
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับข้อมูลจากสื่อในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับข้อมูลจากสื่อในระดับมาก
4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับการรับข้อมูลจากสื่อในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบ มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous Question) จำนวน 2 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 12 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Response Question) จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 18 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ ต่อคณะกรรมการเพื่อการตรวจสอบ
5. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัย และแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท และมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่านทำการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง อีกทั้งได้จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อขอคำชี้แนะและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องทั้งในเรื่องของความสอดคล้องความครอบคลุมเนื้อหา ปัจจัยที่สำคัญในการวิจัยครั้งนี้ของความเป็นไปได้ในการเก็บข้อมูล ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เรียบร้อยสมบูรณ์ก่อนการออกเก็บข้อมูลจริง
6. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้บริโภครผลิตภัณท์ที่ซื้อและไม่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

$$\alpha = \frac{\overline{kcovariance} / \overline{variance}}{1 + (k - 1)\overline{covariance} / \overline{variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{covariance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\overline{variance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสาร ตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้

3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม - 31 มิถุนายน 2548 กำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่เวลา 09.00 น. – 17.00 น. โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางยังแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ตอบแบบสอบถามและคอยรับคืนทันที

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิธีจัดกระทำกับข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนั้นมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

4.2.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ข้อ 1 –10 โดยได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และข้อ 11 ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 3 ทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.1.4 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.1.5 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ข้อ 1, 3, 5 – 16, 20 โดยได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และข้อ 2, 4, 17 - 19 ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สมมุติฐานของการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ คือ

4.2.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ด้านเพศ : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ t – test

- ด้านอายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ สัญชาติ ขนาดครอบครัว ประสบการณ์ท่องเที่ยว สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว คือ One Way ANOVA

4.2.2.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ค่าสถิติ Chi - Square

4.2.2.3 ทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

4.2.2.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติพื้นฐานประกอบด้วย

5.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (อภินันท์ จันตะนี. 2538 : 182)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์

f แทน ความถี่ที่สำรวจได้

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 4)

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

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยมีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 48)

$$S.D. = \sqrt{S^2}$$

คำนวณค่าแปรปรวนได้ดังนี้

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1} = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n-1}$$

เมื่อ S^2 แทน ค่าแปรปรวนตัวอย่างวัดการกระจายของข้อมูล

X_i แทน ค่ากึ่งกลางของชั้นที่ i, i = 1, 2, ..., k

$\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

5.2.1 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2523 : 83)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Test
	$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$S_1^2 + S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (n1+n2-2)

5.2.2 ค่าสถิติ Chi - Square เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2

ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระ (Tests for independence) ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) สำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ สัดส่วน หรือ ร้อยละ และตัวแปรแต่ละตัวแบ่งกลุ่มย่อย ๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 182)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่า Chi - Square
	O	แทน	ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency)
	E	แทน	ความถี่ที่คาดหวังทางทฤษฎี (Expected Frequency)

5.2.3 ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2523 : 112)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ภายในกลุ่ม (n-k)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 333)

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

$$\text{โดยที่ } n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

5.2.4 ทดสอบความสัมพันธ์

โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานในส่วนที่ 3 - 4 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 333) ใช้สูตรดังนี้

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

โดยที่ r_{XY}	แทนค่า	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
n	แทนค่า	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง
$\sum XY$	แทนค่า	ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y ทุกคู่
$\sum X$	แทนค่า	ผลรวมของค่าตัวแปร X
$\sum Y$	แทนค่า	ผลรวมของค่าตัวแปร Y
$\sum X^2$	แทนค่า	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X
$\sum Y^2$	แทนค่า	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้
(กัลยา วาณิชยปัญญา.2545 : 280)

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
 2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
 3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
 4. ค่า r เข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
 5. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
 6. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย
- และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของสหสัมพันธ์ (Salkind, 2000 : 208) มีดังนี้

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81-1.00	สูงมาก
0.61-0.80	ค่อนข้างสูง
0.41-0.60	ปานกลาง
0.21-0.40	ค่อนข้างต่ำ
0.01-0.20	ต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – Distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_a	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร
- ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม
- ตอนที่ 3 ทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ตอนที่ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร

เป็นการวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน และร้อยละ ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	179	44.8
หญิง	221	55.2
รวม	400	100
2. อายุ		
15-24	156	39.0
25-34	183	45.8
35-44	36	9.0
45-54	17	4.3
55-64	5	1.2
มากกว่า 64 ปีขึ้นไป	3	0.7
รวม	400	100
3. สถานภาพสมรส		
โสด	271	67.8
สมรส / อยู่ด้วยกัน	118	29.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	11	2.7
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	0.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	65	16.3
อนุปริญญา/เทียบเท่า	91	22.7
ปริญญาตรี	171	42.7
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.7
รวม	400	100
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	147	36.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	67	16.8
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3	0.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	9.7
พนักงาน/ลูกจ้าง	135	33.7
อื่น ๆ ได้แก่ ยังไม่มีงานทำ เกษียณอายุ	9	2.2
รวม	400	100
6. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$ 10,000	156	39.0
US\$ 10,001- US\$ 20,000	108	27.0
US\$ 20,001- US\$ 30,000	61	15.3
US\$ 30,001- US\$ 40,000	30	7.5
US\$ 40,001- US\$ 50,000	19	4.7
มากกว่า US\$ 50,000 ขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. สัญชาติ		
Asian	52	13.0
European	235	58.8
North American	58	14.5
Latin American	3	0.7
Australian	48	12.0
African	4	1.0
รวม	400	100
8. ประสบการณ์การท่องเที่ยวนอกบ้านเกิดก่อนการเดินทางครั้งนี้		
เคย	344	86.0
ไม่เคย	56	14.0
รวม	400	100
9. ประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยก่อนการเดินทางครั้งนี้		
เคย	110	27.5
ไม่เคย	234	58.5
รวม	344	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 และเพศชาย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคืออายุ 15-24 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีอายุ 55-64 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และมีอายุมากกว่า 64 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคืออนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือพนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 อื่นๆ อาทิ เช่น ยังไม่มีงานทำ และเกษียณอายุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือมีรายได้ US\$10,001 - US\$20,000 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้ US\$20,001 - US\$30,000 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้ US\$30,001 - US\$40,000 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีรายได้ มากกว่า US\$50,000 ขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และมีรายได้ US\$40,001 - US\$50,000 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

สัญชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นชาว European จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือชาว North American จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ชาว Asian จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ชาว Australian จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ชาว African จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และชาว Latin American จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวนอกบ้านเกิดก่อนการเดินทางครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทางออกนอกประเทศ จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 และไม่เคยเดินทางออกนอกประเทศ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยก่อนการเดินทางครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังประเทศไทย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และไม่เคยเดินทางมายังประเทศไทย จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5

เนื่องจากข้อมูลในบางข้อของแบบสอบถาม มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบไม่ถึงจำนวน 30 คน ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มใหม่ เพื่อให้สามารถทดสอบสมมติฐานได้ และคำถามในบางข้อที่ไม่สามารถนำมาจัดกลุ่มใหม่ได้ผู้วิจัยจะไม่นำมาทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
15-24	156	39.0
25-34	183	45.8
35 ปีขึ้นไป	61	15.2
รวม	400	100
2. สถานภาพสมรส		
โสด	271	69.7
สมรส / อยู่ด้วยกัน	118	30.3
รวม	389	100
3. การศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า และต่ำกว่า	79	19.8
อนุปริญญา/เทียบเท่า	91	22.8
ปริญญาตรี	171	42.7
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.7
รวม	400	100
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	147	36.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	67	16.8
พนักงาน/ลูกจ้าง	135	33.7
อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ข้าราชการ/พนักงาน	51	12.7
รัฐวิสาหกิจ ยังไม่มีงานทำ เกษียณอายุ		
รวม	400	100

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$ 10,000	156	39.0
US\$ 10,001- US\$ 20,000	108	27.0
US\$ 20,001- US\$ 30,000	61	15.3
US\$ 30,001- US\$ 40,000	30	7.5
มากกว่า US\$ 40,000 ขึ้นไป	45	11.2
รวม	400	100
6. สัญชาติ		
Asian	52	13.2
European	235	59.8
North American	58	14.8
Australian	48	12.2
รวม	393	100

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคืออายุ 15-24 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 และมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3

การศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคืออนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า และต่ำกว่า จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือพนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และอื่นๆ อาทิเช่น แม่บ้าน/พ่อบ้าน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ยังไม่มีงานทำ และเกษียณอายุ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือมีรายได้ US\$10,001 - US\$20,000 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้ US\$20,001 - US\$30,000 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้ US\$30,001 - US\$40,000 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีรายได้มากกว่า US\$40,000 ขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

สัญชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นชาว European จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือชาว North American จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ชาว Asian จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ชาว Australian จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ไม่รวมครั้งนี้)	1	20	2.39	2.18

จากตาราง 5 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ต่ำที่สุดคือ 1 ครั้ง สูงที่สุดคือ 20 ครั้ง โดยเฉลี่ยเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 2 ครั้ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.18 ครั้ง

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และ เชิงศิลปวัฒนธรรม

ตาราง 6 แสดงผลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีและเชิง
ศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดีและเชิงศิลปวัฒนธรรม	ตอบถูก	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี		
ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง	346	86.5
1. ในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี นักท่องเที่ยว ต้องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจมาก ขึ้น		
2. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี เป็นการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นมาในอดีต	391	97.8
3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีไม่ได้เกิดจาก การสร้างขึ้นของธรรมชาติ	267	66.8
4. การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้าน ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์โบราณคดี	237	59.3
5. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีจัดเป็นส่วนหนึ่ง ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	389	97.3
6. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ วัดโบราณ สิ่งก่อสร้างเก่าแก่ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่าง ๆ	382	95.5
7. การท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์โบราณคดี	230	57.5
8. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีทำให้เห็นถึง วิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์	371	92.8
9. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีสามารถทำไป พร้อมๆกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้	389	97.3

ตาราง 6 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดีและเชิงศิลปวัฒนธรรม	ตอบถูก	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม		
ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง	291	72.8
10. การเที่ยวชมวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น ที่เป็น การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม		
11. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ เข้าถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ	392	98.0
12. ในแต่ละภูมิภาคมีวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของ ตนเอง	381	95.3
13. การเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ถือเป็นการ ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	299	74.8
14. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ ความรู้	363	90.8
15. เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความเพลิดเพลินจากการชม การ ประกอบพิธีกรรม และความเชื่อต่างๆ	367	91.8
16. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไม่ใช่การเที่ยวชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นเท่านั้น	313	78.3
17. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สืบทอด จากคนในรุ่นหนึ่งสู่คนในอีกรุ่น หนึ่งต่อกันมา	326	81.5
18. การส่องสัตว์ไม่ถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรม	259	64.8

จากตาราง 6 ผลการวัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดีและเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี นักท่องเที่ยวต้องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี เป็นการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นมาในอดีต มีผู้ตอบถูกจำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีไม่ได้เกิดจากการสร้างขึ้นของธรรมชาติ มีผู้ตอบถูกจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี มีผู้ตอบถูกจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีจัดเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีผู้ตอบถูกจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ วัด โบราณ สิ่งก่อสร้างเก่าแก่ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่าง มีผู้ตอบถูกจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี มีผู้ตอบถูกจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีทำให้เห็นถึงวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี สามารถทำไปพร้อมๆกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ มีผู้ตอบถูกจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีผู้ตอบถูกจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เข้าถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ มีผู้ตอบถูกจำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีผู้ตอบถูกจำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีผู้ตอบถูกจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้ มีผู้ตอบถูกจำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความเพลิดเพลินจากการชมการประกอบพิธีกรรม และความเชื่อต่างๆ มีผู้ตอบถูกจำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไม่ใช่การเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นเท่านั้น มีผู้ตอบถูกจำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สืบทอด จากคนในรุ่นหนึ่งสู่คนในรุ่นหนึ่งต่อกันมา มีผู้ตอบถูกจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการส่งสัตว์ไม่ถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีผู้ตอบถูกจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลาง (4-6 คะแนน)	74	18.5
มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมาก (7-9 คะแนน)	326	81.5
รวม	400	100

จากตาราง 7 ผู้วิจัยได้รวบรวมคะแนนความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีในการตอบแบบสอบถามในส่วนดังกล่าวจากข้อ 1-9 จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความรู้ ความเข้าใจในระดับน้อย (0-3 คะแนน)	3	0.8
มีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลาง (4-6 คะแนน)	82	20.5
มีความรู้ ความเข้าใจในระดับมาก (7-9 คะแนน)	315	78.7
รวม	400	100

จากตาราง 8 ผู้วิจัยได้รวบรวมคะแนนความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในการตอบแบบสอบถามในส่วนดังกล่าวจากข้อ 10-18 จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตอนที่ 3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
<u>ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ในจังหวัด</u> <u>พระนครศรีอยุธยา</u>			
1. นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.06	.74	เห็นด้วย
2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ โบราณคดีมี ความน่าสนใจ	4.21	.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 9 (ต่อ)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
3. สภาพแหล่งโบราณสถานมีความสมบูรณ์ ไม่เสียหาย มาก	3.19	.97	เฉยๆ
4. บรรยากาศโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวมีความร่มรื่น เหมาะแก่การท่องเที่ยว	3.73	.89	เห็นด้วย
5. บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดตาน่ามอง	3.68	.89	เห็นด้วย
6. เวลาในการให้บริการเข้าชมของแหล่งท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม	3.81	.79	เห็นด้วย
7. เจ้าหน้าที่และคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี	4.12	.74	เห็นด้วย
รวม	3.83	.81	เห็นด้วย

จากตาราง 9 พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ โบราณคดีมีความน่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วย ต่อเจ้าหน้าที่และคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี ความรู้สึกประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยว เวลาในการให้บริการเข้าชมของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม บรรยากาศโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวมีความร่มรื่น เหมาะแก่การท่องเที่ยว และบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดตาน่ามอง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12, 4.06, 3.81, 3.73, 3.68 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เฉยๆ ต่อสภาพแหล่งโบราณสถานมีความสมบูรณ์ ไม่เสียหายมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านความปลอดภัย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา			
8. มาตรการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ	3.65	.81	เห็นด้วย
9. มีศูนย์ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหาขณะท่องเที่ยว	3.62	.83	เห็นด้วย
10. นักท่องเที่ยวไม่ต้องคอยกังวลว่าสัมภาระของตนจะสูญหายระหว่างการท่องเที่ยว	2.96	1.02	เฉยๆ
11. นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยขณะท่องเที่ยว	3.57	.91	เห็นด้วย
12. มีตำรวจท่องเที่ยวคอยให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	3.28	.88	เฉยๆ
รวม	3.42	.89	เห็นด้วย

จากตาราง 10 พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วย ต่อการมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ มีศูนย์ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหาขณะท่องเที่ยว และรู้สึกปลอดภัยขณะท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.62 และ 3.57 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เฉยๆ ต่อการมีตำรวจท่องเที่ยวคอยให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง และนักท่องเที่ยวไม่ต้องคอยกังวลว่าสัมภาระของตนจะสูญหายระหว่างการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 2.96 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในจังหวัด			
พระนครศรีอยุธยา			
13. มีความสะดวกสบายในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา	4.00	.79	เห็นด้วย
14. ระบบขนส่งมีการเชื่อมต่อที่ดี	3.88	.80	เห็นด้วย
15. มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3.70	.72	เห็นด้วย
16. มีศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว แก่นักท่องเที่ยว เมื่อ เกิดปัญหาขณะท่องเที่ยว	3.65	.83	เห็นด้วย
17. มีร้านอาหารให้เลือกหลายสไตล์	3.70	.90	เห็นด้วย
18. ร้านอาหารมีเมนูให้เลือกหลายประเภท	3.72	.89	เห็นด้วย
19. อาหารสะอาด ถูกหลักอนามัย	3.71	.83	เห็นด้วย
20. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	3.99	.78	เห็นด้วย
21. สถานที่พักมีหลายระดับให้เลือก	4.00	.72	เห็นด้วย
22. การจองที่พักทำได้ง่ายสะดวก	3.54	.86	เห็นด้วย
23. ห้องพักรับบรรยากาศดี สะอาด สะดวกสบาย	3.97	.73	เห็นด้วย
รวม	3.81	.80	เห็นด้วย

จากตาราง 11 พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วย ต่อความสะดวกสบายในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา สถานที่พักมีหลายระดับให้เลือก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร ห้องพักรับบรรยากาศดี สะอาด สะดวกสบาย ระบบขนส่งมีการเชื่อมต่อที่ดี ร้านอาหารมีเมนูให้

เลือกหลายประเภท อาหารสะอาดถูกหลักอนามัย มีร้านอาหารให้เลือกหลายสไตล์ มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และเมื่อเกิดปัญหาขณะท่องเที่ยวการจองที่พักทำได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 4.00, 3.99, 3.97, 3.88, 3.72, 3.71, 3.70, 3.70, 3.65, 3.54 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเภทของสื่อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้ข้อมูล
สื่อบุคคล			
1. บุคคลในครอบครัว	2.08	1.36	น้อย
2. เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	2.64	1.33	ปานกลาง
3. การแนะนำจากบุคคลที่เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	2.66	1.41	ปานกลาง
4. พนักงานของบริษัทนำเที่ยว	1.75	1.04	ไม่ได้รับข้อมูล
5. เจ้าหน้าที่ในสถานทูตไทย	1.29	.74	ไม่ได้รับข้อมูล
รวม	2.08	1.18	น้อย
สื่อที่ไม่ใช่บุคคล			
6. นสพ. นิตยสารการท่องเที่ยว	2.23	1.39	น้อย
7. แผ่นพับ	2.17	1.25	น้อย
8. ป๊อปปูล่าเรอเกี่ยวกับเที่ยว	3.88	1.26	มาก
9. วิดีทัศน์ของสายการบินระหว่างการเดินทาง	1.47	.90	ไม่ได้รับข้อมูล
10. นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.68	1.11	ไม่ได้รับข้อมูล
11. Website เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	2.26	1.43	น้อย
12. วิทยุ	1.48	.97	ไม่ได้รับข้อมูล
13. โทรทัศน์	1.63	1.43	ไม่ได้รับข้อมูล
รวม	2.1	1.22	น้อย

จากตาราง 12 พบว่าระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคลโดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.08 เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง ได้แก่ การแนะนำจากบุคคลที่เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อน/ผู้ร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.66 และ 2.64 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับน้อย ได้แก่ บุคคลในครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.08

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานของบริษัทนำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ในสถานทูตไทย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.75 และ 1.29 ตามลำดับ

สำหรับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลนั้นโดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.1 เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลในระดับมาก ได้แก่ ป๊อปปูล่าเน็ต นำเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลในระดับน้อย ได้แก่ Website เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นสพ.นิตยสารการท่องเที่ยว และแผ่นพับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.26, 2.23 และ 2.17 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ได้แก่ นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว โทรทัศน์ วิทยุ และวิดิทัศน์ของสายการบินระหว่างการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.68, 1.63, 1.48 และ 1.47 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาที่ครั้ง (รวมทั้งครั้งนี้)	1	6	1.63	.62

จากตาราง 13 พบว่าโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประมาณ 2 ครั้ง โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ครั้ง นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบ่อยที่สุดจำนวน 1 ครั้ง และมากที่สุดจำนวน 6 ครั้ง

ตาราง 14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สิ่งจูงใจในการมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง	184	46.0
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงมาก	32	8.0
สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดใจ	177	44.3
อื่นๆ ได้แก่ เป็นทางผ่านเพื่อไปทางภาคเหนือ	7	1.7
รวม	400	100
บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้		
มาคนเดียว	101	25.3
มากับเพื่อน	217	54.3
มากับครอบครัว	63	15.7
มากับญาติ	19	4.7
รวม	400	100

จากตาราง 14 พบว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดใจ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงมาก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่นๆ ได้แก่ เป็นทางผ่านเพื่อไปทางภาคเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วยส่วนใหญ่คือ มากับเพื่อน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 มาคนเดียว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 มากับครอบครัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และมากับญาติ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้	0	10	1.68	1.64

จากตาราง 15 พบว่าจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยเฉลี่ย คือ 2 คน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.64 คน จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาน้อยที่สุดคือ ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง และมากที่สุดคือ 10 คน

ตาราง 16 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ค้างคืน	ร้อยละ	ไม่ค้างคืน	ร้อยละ
การพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	321	80.2	79	19.8

จากตาราง 16 พบว่านักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 และไม่พักค้างคืน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตาราง 17 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักค้างคืน		
โรงแรม	48	15.0
เกสเฮ้าส์	269	83.8
บังกะโล/รีสอร์ท	3	0.9
อื่นๆ บ้านเพื่อน	1	0.3
รวม	321	100

จากตาราง 17 พบว่าสถานที่พักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ เกสเฮ้าส์ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาคือ โรงแรม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 บังกะโล/รีสอร์ท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 อื่นๆ ได้แก่ บ้านเพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 18 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
รถส่วนตัว	22	5.5
รถโดยสาร	172	43.0
รถไฟ	201	50.3
เรือ	4	1.0
อื่นๆ การโบกรถ	1	0.2
รวม	400	100

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รถส่วนตัว	20	5.0
รถโดยสาร/รถตู้ฯ	272	68.0
จักรยานยนต์	53	13.3
จักรยาน	145	36.3
เรือ	115	28.8
เดิน	198	49.5
ขี่ช้าง	20	5.0
อื่นๆ การโบกรถ	1	0.3

จากตาราง 18 พบว่า การเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถไฟ จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ รถโดยสาร จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รถส่วนตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 เรือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และอื่นๆ ได้แก่ การโบกรถ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดย รถโดยสาร/รถตู้ฯ จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ เดิน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 จักรยาน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 เรือ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 จักรยานยนต์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ขี่ช้าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 รถส่วนตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอื่นๆ ได้แก่ การโบกรถ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตาราง 19 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการใช้มัลแวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ใช้	ร้อยละ	ไม่ใช้	ร้อยละ
การใช้มัลแวร์ที่ท้องถิ่น	97	24.2	303	75.8

จากตาราง 19 พบว่านักท่องเที่ยวใช้มัลแวร์ที่ท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ไม่ใช้ จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8

ตาราง 20 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
วัดพระศรีสรรเพชญ์	273	68.3
วิหารพระมงคลบพิตร	208	52.0
วัดพระราม	121	30.3
วัดมหาธาตุ	234	58.5
วัดราชบูรณะ	216	54.0
วัดกษัตราธิราชวรวิหาร	85	21.3
วัดพนัญเชิงวรวิหาร	186	46.5
วัดไชยวัฒนาราม	184	46.0
วัดใหญ่ชัยมงคล	193	48.3
กำแพงและประตูวัง	118	29.5
ป้อมและปราการรอบกรุง	69	17.3
ปราสาทนครหลวง	35	8.8
เจดีย์พระศรีสุริโยทัย	93	23.3

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา	66	16.5
อื่นๆ ได้แก่ วัดธรรมมิกราช	2	0.5
การเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
แหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านนานาชาติ	139	34.8
เพนียดคล้องช้าง	208	52.0
คุ้มขุนแผน	135	33.8
ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร	109	27.3
พระราชวังบางปะอิน	163	40.8
วัดนิเวศธรรมประวัติ	95	23.8
อื่นๆ ได้แก่ ตลาด	3	0.8

จากตาราง 20 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมมากที่สุด คือ วัดพระศรีสรรเพชญ์ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ วัดมหาธาตุ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 วัดราชบูรณะ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 วัดมณฑลพิตร จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 วัดใหญ่ไชยมงคล จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 วัดพนัญเชิงวรวิหาร จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 วัดไชยวัฒนาราม จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 วัดพระราม จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 กำแพงและประตูวัง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 เจดีย์พระศรีสุริโยทัย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 วัดกษัตราธิราช จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ป้อมและปราการรอบกรุง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ปราสาทนครหลวง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอื่นๆ ได้แก่ วัดธรรมมิกราช จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมมากที่สุด คือ เพนียดคล้องช้าง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 พระราชวังบางปะอิน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 แหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านนานาชาติ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 คุ้มขุนแผน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 วัดนิเวศธรรมประวัติ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอื่นๆ ได้แก่ ตลาด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตาราง 21 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้เวลาในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
ต่ำกว่า 15 นาที/แหล่งท่องเที่ยว	18	4.5
15 – 30 นาที/แหล่งท่องเที่ยว	207	51.8
31 – 45 นาที/แหล่งท่องเที่ยว	108	27.0
46 – 60 นาที/แหล่งท่องเที่ยว	35	8.7
1 ชม. ขึ้นไป/แหล่งท่องเที่ยว	32	8.0
รวม	400	100

จากตาราง 21 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 15 – 30 นาที/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ประมาณ 31 – 45 นาที/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประมาณ 46 – 60 นาที/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ประมาณ 1 ชม. ขึ้นไป/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และต่ำกว่า 15 นาที/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตาราง 22 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อประกอบการเรียน	89	22.3
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ	160	40.0

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความเพลิดเพลิน	251	62.8
เพื่อเพิ่มความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม	119	29.8
เพื่อการทัศนศึกษา	179	44.8
สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ความรู้เพิ่ม	252	63.0
ได้พักผ่อน/ความเพลิดเพลิน	254	63.5
มิตรภาพ	109	27.3
ได้เรียนรู้อารยธรรมของคนเอเชีย	228	57.0

จากตาราง 22 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้ คือ เพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือเพื่อการทัศนศึกษา จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอื่นๆ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 เพื่อเพิ่มความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และเพื่อประกอบการเรียน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้ สิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับ คือ ได้พักผ่อน/ความเพลิดเพลิน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ได้ความรู้เพิ่ม จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ได้เรียนรู้อารยธรรมของคนเอเชีย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และได้มิตรภาพ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (US Dollars)	0	30	7.44	4.50
ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร (US Dollars)	2	50	7.28	5.28

จากตาราง 23 พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักโดยเฉลี่ย ประมาณ US\$7.44 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน US\$4.50 โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักน้อยที่สุดคือ US\$0 และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักมากที่สุดคือ US\$30

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารโดยเฉลี่ย ประมาณ US\$7.28 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน US\$5.28 โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักน้อยที่สุดคือ US\$2 และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุดคือ US\$50

ตาราง 24 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในอนาคต		
มาอย่างแน่นอน	241	60.3
ไม่แน่ใจ	154	38.5
ไม่มาอย่างแน่นอน	5	1.2
รวม	400	100

จากตาราง 24 พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งต่อไป อย่างแน่นอน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และไม่มาอย่างแน่นอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลของการศึกษาในครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ว่ามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือไม่ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการกำหนด แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำ ข้อมูลนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ผลจากการวิจัยนี้จะสามารถใช้เป็น ข้อมูลอ้างอิงให้กับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในอนาคตต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาถึงทักษะคิของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
4. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยจะใช้วิธีการเก็บ 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย Simple Random Sampling (SRS) ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้า (Quota Sampling) ขั้นที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ สัญชาติ ขนาดครอบครัว ประสบการณ์การท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกเพียงสองคำตอบ (Dichotomous Question) จำนวน 3 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 7 ข้อ และลักษณะคำถามปลายเปิด (Open - Ended Response Question) จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 11 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Question) จำนวน 18 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) 2 ระดับแบบใช้สำหรับการวัดแบบสอบถามประเภทความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบคือ ใช่ และไม่ใช่ มีข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ใช่” จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 2 5 6 8 9 11 12 14 15 และ 17 ส่วนข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ไม่ใช่” จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อ 3 4 7 10 13 16 และ 18 โดยในการแปลผลจะแยกเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยคำถามเป็นจะเป็นคำตอบวัดทัศนคติแบบ Likert Scale แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 23 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งสื่อออกเป็น 2 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ซึ่งใช้สเกลคำตอบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามแบบ มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous Question) จำนวน 2 ข้อ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 12 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open - Ended Response Question) จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 18 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 พฤษภาคม - 31 มิถุนายน 2548 กำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่เวลา 09.00 น. – 17.00 น. โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางยังแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ตอบแบบสอบถามและคอยรับคืนทันที

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีจัดกระทำกับข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนั้นมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร ข้อ 1-10 โดยได้นำมาแจกแจงจำนวนความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และข้อ 11 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ข้อ 1, 3, 5 – 16, 20 โดยได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และข้อ 2, 4, 17 - 19 ใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจและประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test, One- Way ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ค่าสถิติ Chi - Square

สมมติฐานข้อที่ 3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

สมมติฐานข้อที่ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา : สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7225

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านความปลอดภัยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7120

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7611

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคลได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7748

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8360

หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมด มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส ตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า แล้วจึงข้อมูลไปประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package of Social Science) for windows Version 11.0 เพื่อคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” สามารถสรุปได้ 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลสรุปด้านปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 ผลสรุปด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ผลสรุปด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ผลสรุปด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 1 ผลสรุปด้านปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคืออนุปริญญา/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 22.7 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือพนักงาน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 33.7 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือมีรายได้ US\$10,001 - US\$20,000 คิดเป็นร้อยละ 27.0 ส่วนใหญ่เป็นชาว European คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือชาว North American คิดเป็นร้อยละ 14.5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยเดินทางออกนอกประเทศ คิดเป็นร้อยละ 86.0 และไม่เคยเดินทางออกนอกประเทศ คิดเป็นร้อยละ 14.0 เคยเดินทางมายังประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 27.5 และไม่เคยเดินทางมายังประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 58.5

ตอนที่ 2 ผลสรุปด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม

จากการศึกษาการวัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี นักท่องเที่ยวต้องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 86.5

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี เป็นการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นมาในอดีต คิดเป็นร้อยละ 97.8

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีไม่ได้เกิดจากการสร้างขึ้นของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 66.8

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการลงทะเบียนวิธีชีวิตชาวบ้าน ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี คิดเป็นร้อยละ 59.3

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีจัดเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 97.3

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ วัด โบราณ สิ่งก่อสร้างเก่าแก่ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 95.5

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ ไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี คิดเป็นร้อยละ 57.5

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีทำให้เห็นถึงวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี สามารถทำไปพร้อมๆ กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ คิดเป็นร้อยละ 97.3

ผลจากการรวบรวมคะแนนความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีในการตอบแบบสอบถามในส่วนดังกล่าวจากข้อ 1-9 จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 81.5 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.5

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการเที่ยวชมวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 72.8

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เข้าถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ คิดเป็นร้อยละ 98.0

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าในแต่ละภูมิภาคมีวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 95.3

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 74.8

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 90.8

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความเพลิดเพลินจากการชมการประกอบพิธีกรรม และความเชื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 91.8

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไม่ใช่การเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 78.3

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สืบทอด จากคนในรุ่นหนึ่งสู่คนในอีกรุ่นหนึ่งต่อกันมา คิดเป็นร้อยละ 81.5

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รู้ว่าการส่องสัตว์ไม่ถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 64.8

ผลจากการรวบรวมคะแนนความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในการตอบแบบสอบถามในส่วนดังกล่าวจากข้อ 10-18 จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาคือมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตอนที่ 3 สรุปผลด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดีมีความน่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วย ต่อเจ้าหน้าที่และคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี ความรู้สึกประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยว เวลาในการให้บริการเข้าชมของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม บรรยากาศโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวมีความร่มรื่น เหมาะแก่การท่องเที่ยว และบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดตาน่ามอง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12, 4.06, 3.81, 3.73, 3.68 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เฉยๆ ต่อสภาพแหล่งโบราณสถานมีความสมบูรณ์ ไม่เสียหายมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วย ต่อการมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ มีศูนย์ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหาขณะท่องเที่ยว และรู้สึกปลอดภัยขณะท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.62 และ 3.57 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในระดับที่เฉยๆ ต่อการมีตำรวจท่องเที่ยวคอยให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง และนักท่องเที่ยวไม่ต้องคอยกังวลว่าสัมภาระของตนจะสูญหายระหว่างการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 2.96 ตามลำดับ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านถึงอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติในในระดับที่เห็นด้วย ต่อความสะดวกสบายในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา สถานที่พักมีหลายระดับให้เลือก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร ห้องพักรับบรรยากาศดี สะอาด สะดวกสบาย ระบบขนส่งมีการเชื่อมต่อที่ดี ร้านอาหารมีเมนูให้เลือกหลายประเภท อาหารสะอาดถูกหลักอนามัย มีร้านอาหารให้เลือกหลายสไตล์ มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และเมื่อเกิดปัญหาขณะท่องเที่ยวการจองที่พักทำได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 4.00, 3.99, 3.97, 3.88, 3.72, 3.71, 3.70, 3.70, 3.65, 3.54 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 สรุปผลด้านการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคลโดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง ได้แก่ การแนะนำจากบุคคลที่เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อน/ผู้ร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.66 และ 2.64 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับน้อย ได้แก่ บุคคลในครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.08

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานของบริษัทนำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ในสถานทูตไทย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.75 และ 1.29 ตามลำดับ

สำหรับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลนั้นโดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.1 เมื่อแยกพิจารณารายข้อพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลในระดับมาก ได้แก่ สื่อที่เกี่ยวกับเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลในระดับน้อย ได้แก่ Website เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นสพ.นิตยสารการท่องเที่ยว และแผ่นพับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.26, 2.23 และ 2.17 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้รับข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ได้แก่ นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว โทรทัศน์ วิทยุ และวิดิทัศน์ของสายการบินระหว่างการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.68, 1.63, 1.48 และ 1.47 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 สรุปผลด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประมาณ 2 ครั้ง

สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดใจ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงมาก คิดเป็นร้อยละ 44.3 และ 8 ตามลำดับ

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วยส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ มาคนเดียว และมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ 15.7 ตามลำดับ

จำนวนผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยเฉลี่ย คือ 2 คน

นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาคือ ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 19.8

สถานที่พักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ เกสเฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาคือ โรงแรม และบังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 0.9 ตามลำดับ

การเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางโดย รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ รถโดยสาร และรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ 5.5 ตามลำดับ

การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว โดย รถโดยสาร/รถตุ๊กๆ คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ เดิน และจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 49.5 และ 36.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ใช้มัลติเทสก์ท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ ใช้มัลติเทสก์ท้องถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 24.2

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมมากที่สุด คือ วัดพระศรีสรรเพชญ์ คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ วัดมหาธาตุ และวัดราชบูรณะ คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 54.0 ตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมมากที่สุด คือ เพนียดคล้องช้าง คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ พระราชวังบางปะอิน และแหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านนานาชาติ คิดเป็นร้อยละ 40.8 และ 34.8 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ประมาณ 15 – 30 นาที/แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ ประมาณ 31 – 45 นาที/แหล่งท่องเที่ยว และ ประมาณ 46 – 60 นาที/แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 8.7 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้ คือ เพื่อความเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ เพื่อการทัศนศึกษา และ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 40.0 ตามลำดับ

การเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้ สิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับ คือ ได้พักผ่อน/ความเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ได้ความรู้เพิ่ม และ ได้เรียนรู้อารยธรรมของคนเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 63.0 และ 57.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักโดยเฉลี่ย ประมาณ US\$7.44

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารโดยเฉลี่ย ประมาณ US\$7.28

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งต่อไป อย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ ไม่น่าใจ และ ไม่มาอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และ 1.2 ตามลำดับ

ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ ประสบการณ์การท่องเที่ยวนอกบ้านเกิด ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 10 สมมติฐาน ดังนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2 อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 2 สมมติฐาน ดังนี้

2.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของการใช้มัลติเทคท์ท้องถิ่น พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อการทัศนศึกษา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในอนาคต พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของการใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่น พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในอนาคต พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อ 3 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 3 สมมติฐาน ดังนี้

3.1 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.2 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 3 สมมติฐาน ดังนี้

4.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน มีจำนวนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่าหรือเท่ากับ US\$10,000 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาว European ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเดินทางออกนอกประเทศ และเคยเดินทางมายังประเทศไทย สาเหตุที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดเนื่องจากบุคคลกลุ่มนี้ยังมีชีวิตที่อิสระ ไม่มีภาระหน้าที่เกี่ยวกับครอบครัวจึงสามารถใช้เวลากับการท่องเที่ยวได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมกมล พวงพรหม (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้/ปี น้อยกว่า US\$ 10,000 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินิภัส ไวทยกุล (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

2. ความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 81.5 ส่วนความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม พบว่านักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 78.7 ทั้งนี้เนื่องมาจากว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวนอกบ้านเกิดก่อนการเดินทางครั้งนี้และมีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ยเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 2 ครั้ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีและเชิงศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ของศรีประภา ชัยวรรัตน์ (2546:บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่านักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก

3. ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็นผลเนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ดำเนินการตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายหลัก ปี 2545 ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไว้อย่างชัดเจนและประกาศอย่างเป็นทางการ โดยนโยบายหลักทั้ง 8 ประการ ของ ททท. คือ 1.ส่งเสริม ชักจูง ให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มทุนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรับด่วน 2.ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค 3.อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด 4.พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากที่สุด 5.เพิ่มความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศ ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกาย และทรัพย์สินของตนเอง และของหมู่คณะ 6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการ 7.เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด 8.ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น การดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวเป็นผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติที่ดีต่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ มาตรการการรักษาความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล และในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องมาจากว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประเภทที่เดินทางมาด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ใช้เพียงไกด์บุ๊กเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นสิ่งที่สะดวกต่อนักท่องเที่ยว จึงทำให้การแสวงหาข้อมูลในสื่อต่างๆ ลดน้อยลงไป อีกทั้งทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่มีบุคคลกรเพียงพอที่จะสามารถให้บริการแนะนำนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงเป็นผลทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของสมกมล พวงพรหม (2546:124) เรื่องปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารจากการท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โบปปลิว มีระดับการรับรู้ข่าวสารน้อย

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประมาณ 2 ครั้ง สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุดคือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้เนื่องมาจากโบราณสถานต่างๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจึงทำให้เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงในระดับโลก (วุฒิชัย ชุมนะโยธิน และคณะ : อยุธยา มรดกโลก.) สถานที่พักส่วนใหญ่ คือ เกสเฮ้าส์ เนื่องจากเป็นสถานที่พักที่มีความสะดวก ราคาประหยัด ขั้นตอนในการเข้าพักไม่ยุ่งยาก กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีการจองล่วงหน้า อีกทั้งเกสเฮ้าส์จะมีความเป็นกันเองระหว่างผู้เข้าพัก กับพนักงานที่คอยให้บริการมากกว่าเมื่อเทียบกับการเข้าพักในโรงแรม สิ่งที่กล่าวไปข้างต้นจึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกพักที่เกสเฮ้าส์ การเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เดินทางโดย รถไฟ การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากการเดินทางโดยรถไฟเป็นการเดินทางที่สะดวกมาก เพราะรถไฟทุกขบวนที่มีปลายทางสู่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องเดินทางผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งในแต่ละวันจะมีรถไฟ บริการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารวันละหลายเที่ยว อีกทั้งค่าบริการโดยสารรถไฟยังมีอัตราที่ถูกอีกด้วย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในครั้งนี้ คือ เพื่อความเพลิดเพลิน การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ สิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับ คือ ได้พักผ่อน/ความเพลิดเพลิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อนและสอดคล้องกับงานวิจัยของสมกมล พวงพรหม (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวัน US\$ 43.29 เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งต่อไป อย่างแน่นอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินิภัส ไวยทกุล (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและหญิงมีจำนวนครั้งการมาเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อปี และแนวโน้มการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และประชากร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเพศหญิงจะมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะบางประการของเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะแตกต่างกันทั้งในเรื่องของความต้องการ แนวความคิด และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอกว่าเพศชาย ดังนั้นการที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า จึงทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546:บทคัดย่อ) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546 : 189) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ไม่แตกต่างกัน

อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าจะมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีความสะดวกสบายในการพักผ่อน ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่ากลับมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของประสบการณ์ การประกอบอาชีพ และความสามารถในการใช้จ่าย จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหารแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546:บทคัดย่อ) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก พบว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีอัตราค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด กล่าวคือสถานภาพสมรสมีผลต่อการเลือกรูปแบบห้อง และขนาดของห้องพัก ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อราคาของห้องพักด้วย เป็นเหตุให้เกิดค่าใช้จ่ายด้านที่พักที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546:บทคัดย่อ) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดด้านค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี สวะวิสิทธิ์ชัย (2546 : 190) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ด้านจำนวนผู้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยไม่แตกต่างกัน

อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก กล่าวคือในแต่ละอาชีพ ย่อมมีความแตกต่างกันในเรื่องของรายได้ ซึ่งส่งผลต่ออำนาจในการใช้จ่าย จึงทำให้อาชีพ และรายได้มีผลต่อค่าใช้จ่ายด้านที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ในข้อ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี สวะวิสิทธิ์ชัย (2546:190) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนด้านจำนวนผู้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกัน

สัญชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พักและด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านอาหารไม่เท่ากัน ทั้งนี้ อันเนื่องมาจากค่าเงินของแต่ละชาติมีค่าไม่เท่ากันเมื่อเทียบกับค่าเงินบาท จึงส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีอำนาจการใช้จ่ายเงินกับการท่องเที่ยวไม่เท่ากัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริ จรรย์จิตร (2539:บทคัดย่อ) พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ กล่าวคือการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี การที่นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจมากหรือน้อยไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่อย่างใด ซึ่งการใช้เวลากับสถานที่ท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับตัวสถานที่ ซึ่งแต่ละสถานที่ที่มีขนาดของพื้นที่ และ รายละเอียดของสถาปัตยกรรมไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของดวงเดือน จิระกุล (2533:บทคัดย่อ) เรื่องทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความรู้ความเข้าใจไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีแรงจูงใจขั้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้มนุษย์ออกเดินทางท่องเที่ยว อ้างใน นฤมล สมิตินันท์ (2527 : 40-42) คือ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivator) เป็นความต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ ในทุกด้าน รวมทั้งคนตรี ศิลปะ วิถีชาวบ้าน การเดินรำ การวาดเขียน ศาสนา และกิจกรรมที่เกี่ยวกับทางด้านวัฒนธรรมอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัย ดวงเดือน จิระกุล (2533 : บทคัดย่อ) เรื่องทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่าความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อ 3 ทศคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทศคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และทศคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนทศคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ซึ่งเชื่อมโยงกับทฤษฎีโมเดลทศคติ ในส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทศคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทศคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Schiffman and Kanuk. 1994 : 658) กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวมีทศคติที่ดีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาทิเช่นสถานที่พัก นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะจ่ายเงินซื้อบริการอย่างเต็มใจและซื้อมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) เรื่องทศคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่าทศคติของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของวันทนา สุรชีวิน (2539: บทคัดย่อ) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว

4.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลบุคคล มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่ไม่ใช่บุคคลบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของสมกมล พวงพรหม (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติด้านที่พัก แหล่งบันเทิง ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว แห่งช้อปปิ้ง และร้านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวยังเข้าใจผิดว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีเกิดจากการสร้างขึ้นของธรรมชาติ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี การท่องเที่ยวตาม เทศกาลต่างๆจัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และนักท่องเที่ยวยังเข้าใจผิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมว่า การเที่ยวชมวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นไม่เป็นการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การส่องสัตว์ถือเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรมีการอธิบาย พร้อมให้ความรู้

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และเชิงศิลปวัฒนธรรม แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

2. ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อต้านทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติเฉยๆ กับ สภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ ไม่เสียหายมาก ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีขึ้น การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรมีการปรับปรุงและบูรณะแหล่งโบราณสถานให้มีสภาพที่ดีขึ้น

3. ผลจากการศึกษาพบว่าทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อต้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติเฉยๆ กับ การไม่ต้องกังวลกับสัมภาระของตนว่าจะสูญหายระหว่างการท่องเที่ยว และมีตำรวจท่องเที่ยวคอยให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีขึ้น ทางสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรจัดเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่เพิ่มดูแล รักษาความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เพิ่มให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกรู้สึกความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรมีการเตรียมความพร้อมมีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่นการบริการด้านที่พักให้เหมาะสม และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

4. ผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคลนั้นโดยรวมนักท่องเที่ยวมีการรับข้อมูลในระดับน้อย ซึ่งส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยเสนอแนะการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรเร่งประชาสัมพันธ์และพัฒนาเกี่ยวกับสื่อทุกรูปแบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด โดยกระตุ้นการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลทุกประเภท เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลผ่านสื่อ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

5. ผลการศึกษาในส่วนของการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลจากวิทัศน์ของสายการบิน และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ทางททท. ควรมีการประสานงานกับสายการบินต่างต่างที่มีเที่ยวบินมายังประเทศไทย เพื่อขอเปิดวิทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศให้แก่

นักท่องเที่ยวได้รู้จัก รวมทั้งจัดนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มประเทศที่อยู่ในแถบยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด ซึ่งการสร้างการรับรู้ดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

6. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดใจ ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรกำหนดค่าใช้จ่ายในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในราคาที่มีความเหมาะสม และคุ้มค่ากับการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ มีการปรับปรุงพัฒนาการเกสเฮ้าส์เพื่อสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอเนื่องจากนักท่องเที่ยวเลือกพักตามเกสเฮ้าส์เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งจัดการด้านการคมนาคมขนส่ง ให้อย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็น รถไฟ รถโดยสาร/รถตุ๊กๆ ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วได้รับความสะดวก และความประทับใจ ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

7. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งต่อไป อย่างแน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรสร้างความประทับใจในการบริการ และความสะดวกในการให้บริการท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การใช้บริการในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาในเรื่องเดิม แต่เพิ่มตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษามากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านการจูงใจ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น ซึ่งหากนำตัวแปรต่างๆ มาทำการศึกษา จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาและวิจัยติดตามผลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาให้ทันสมัยสถานการณ์ปัจจุบัน

3. ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวต่อไป

4. ทำการศึกษาเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้กรอบแนวคิดเดิมของงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อทำให้ทราบถึงความเหมือนและความแตกต่างในปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงนโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

5. นำกรอบของงานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดอื่นๆ





บรรณานุกรม

กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง

ปี 2547. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2548). สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2547. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2545). สรุปผลการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2545. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541, เมษายน). อนุสาร อ.ส.ท. 38 (8) : 32

_____. (2546). ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

คุณทลี เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบบกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล

ในเขตจังหวัดเพชรบุรี. ปรินญานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ดวงเดือน จิระกุล. (2533). ทศนคติ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

นราศรี ไวนิชกุลและชูศรี อุดมศรี. (2538). ระเบียบวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤมล สมิตินันท์. (2527). การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไอ เอส พรินติ้งเฮาส์.

นิยะดา ชุนหะวงส์ และนินนาท โอฬารวรุฒิ. (2520). พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บางกอกการพิมพ์.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.

เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม : โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.

ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทเจ็ดต้นเพลส โปรดักส์ จำกัด.

- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546) ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วันทนา สุรชีวิน. (2539). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่างชาติกับการเดินทาง
มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- วุฒิชัย ชุมนะโยธิน และคณะ. อยู่สบายระดับโลก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ พี เอส พี.
- ศิริ จริงจิตร. (2539). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สารนิพนธ์
บธ.ม. (การตลาด) ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). การส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัท อี อาร์ บิสิเนสเพลส จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเทกซ์.
- สมกมล พวงพรหม. (2546). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม.
(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมจิตต์ สุวรรณทัศน์. (2526). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะสาธาณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อภินักส ไวยกุล. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ
สถานตากอากาศบางปู. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย. (2546). เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.





ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

Questionnaire
Factors Affecting Traveling Behavior in Ayuttaya Province
of Foreign Tourists

This questionnaire is a part of the graduate Thesis in Master Degree of Business Administration (Marketing), Srinakharinraravit University. The title of this thesis is Factors Affecting Traveling Behavior in Ayuttaya Province of Foreign Tourists.

The questionnaire contains five sections:

Section 1 Economic and Demographic Factors

Section 2 Knowledge and Comprehension of Tourist about Historical and Cultural Tourism

Section 3 Tourist's Attitudes towards Traveling in Ayuttaya

Section 4 Media Awareness of Tourist

Section 5 Tourist's Traveling Behavior

Thank you for your cooperation

Researcher

Questionnaire

Factors Affecting Traveling Behavior in Ayuttaya Province of Foreign Tourists

Section 1 : Economic and Demographics Factors

Instruction : Please mark ✓ in the ☐ that the best describes you.

1. Gender

- ☐ 1) Male ☐ 2) Female

2. Age

- ☐ 1) 15 - 24 years ☐ 2) 25 - 34 years
☐ 3) 35 - 44 years ☐ 4) 45 - 54 years
☐ 5) 55 - 64 years ☐ 6) Older than 64 years

3. Marital status

- ☐ 1) Single ☐ 2) Married / Living together
☐ 3) Divorced / Widowed / Separated

4. Highest education Level earned

- ☐ 1) Less than Secondary school ☐ 2) Secondary school
☐ 3) High school ☐ 4) Diploma
☐ 5) Bachelor's Degree ☐ 6) Higher than Bachelor's Degree

5. Occupation

- ☐ 1) Student ☐ 2) Self-employee
☐ 3) Housewife ☐ 4) Government officer/State enterprise staff
☐ 5) Private company employee ☐ 6) Other : please specify.....

6. Annual Income

- ☐ 1) Less than or equal to US\$10,000 ☐ 2) US\$10,001 - US\$20,000
☐ 3) US\$20,001 - US\$30,000 ☐ 4) US\$30,001 - US\$40,000
☐ 5) US\$40,001 - US\$50,000 ☐ 6) More than US\$50,000

7. Nationality

- ☐ 1) Asian ☐ 2) European
☐ 3) North American ☐ 4) Latin American
☐ 5) Australian ☐ 6) African
☐ 7) Other : please specify.....

8. Have you ever traveled to another country before?

☐

1) Yes

☐

2) NO (Skip to Section 2)

9. Have you ever traveled to Thailand before?

☐

1) Yes

☐

2) NO (Skip to Section 2)

10. Excluding this trip, How many times have you visited Thailand?.....times

Section 2 : Knowledge and Comprehension of Tourist about Historical and Cultural Tourism

Instruction : This section is divided into 2 parts, There are knowledge and comprehension of tourist about Historical and Cultural tourism. Please mark ✓ in the box that you agree with for each statement.

Historical tourism	Yes	No
1. Tourists need to receive more information about places in order to have more understanding about historical tourism.		
2. Historical tourism is a traveling as well as learning about something that happens in the past.		
3. Historical tourism places are natural creation		
4. Boat traveling for viewing local people's lifestyle is considered as historical tourism.		
5. Historical tourism is a part of cultural tourism.		
6. Historical traveling places are palaces, ancient buildings, monuments, etc.		
7. Traveling in festival is considered as historical tourism		
8. Historical tourism can reveal the evolution of material used in the past.		
9. You can travel in historical and conservation style at the same time.		
Cultural tourism		
10. Rural tourism and viewing local people's lifestyle is not considered as cultural tourism.		
11. Cultural tourism makes you develop more understanding about the life-style of local people in that country.		
12. There are uniqueness in the culture of each region.		
13. Seeing mural painting is not considered as cultural tourism.		
14. Cultural tourism is knowledge traveling.		
15. Cultural tourism is a traveling that you learn more about ritual and belief of local region.		
16. Cultural tourism is rural traveling only.		
17. Culture is passed on by one generation to the other generation.		
18. Wildlife animal watching is one of the activities in Cultural tourism.		

Section 3 : Tourist's Attitudes towards Traveling in Ayuttaya

Instruction : This section has 3 parts which ask about attitudes towards traveling resources, safety and facilities. Please mark ✓ in the box that the best describes your attitude

Factor	Attitude Level				
	Strongly disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Strongly agree (5)
Traveling resources in Ayuttaya province					
1. You are impressed with the tourist attractions.					
2. The historical tourism places are interesting					
3. All ancient buildings are in good condition					
4. The surrounding of tourist attraction is quiet and peaceful.					
5. The areas around tourist attraction are clean.					
6. The opening and closing time are suitable.					
7. The officer and local people are friendly.					
Safety in Ayuttaya province					
8. The security ground rules in traveling places are efficient.					
9. There are tourist service centers.					
10. You don't have to worry about the lost of your belonging while you are traveling.					
11. You feel safe when you take the trip.					
12. There are tourist police to make you safe.					
Facilities in Ayuttaya province					
13. There are complete basic infrastructure such as electricity, water, etc.					
14. The connection for each transportation is good.					
15. There are traveling guide service within the province.					
16. There are tourist information centers.					
17. There are various style of restaurants.					
18. There are various style of food sold in each restaurant.					
19. Food is clean and has nutrition.					
20. Food price is reasonable with the quality offered.					
21. There are different grade of accommodation.					

Factor	Attitude Level				
	Strongly disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Strongly agree (5)
22. Reservation for an accommodation is convenient.					
23. The guest room provides good atmosphere, clean and comfortable.					

Section 4 : Media Awareness of Tourist

Instruction : Please mark ✓ in the box that describes your media awareness

how did you learn about traveling information of Ayuttaya province?

Media	Media Awareness of tourist				
	Never (1)	Little (2)	Moderate (3)	Much (4)	Very much (5)
Personal Media					
1. Family					
2. Friend / Colleague					
3. Those who had been to Ayuttaya before					
4. Travel agency officer					
5. Thai embassy officer					
Impersonal Media					
6. Newspaper, Traveling magazine					
7. Brochure					
8. Traveling guide book					
9. In-flight traveling video of airline					
10. Traveling exhibition					
11. Website					
12. Radio					
13. Television					

Section 5 : Tourist's Traveling Behavior

Instruction : Please mark ✓ in the ☐ that the best describes your behavior

1. Including this trip, how many time have you visited Ayuttaya?.....times

2. What is a motivation to motivate you visit Ayuttaya?

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) Famous place | ☐ 2) Cheap expenditure |
| ☐ 3) Attractive traveling places | ☐ 4) Other : please specify..... |

3. Whom do you travel with?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ 1) By yourself | ☐ 2) Friends |
| ☐ 3) Family | ☐ 4) Relative |
| ☐ 5) Other : please specify..... | |

4. How many traveling partner in this trip? persons

5. Do you stay over in Ayuttaya?

- | | |
|---------------------------------|---|
| ☐ 1) Yes | ☐ 2) No (Skip to No.7) |
|---------------------------------|---|

6. Where do you stay in Ayuttaya?

- | | |
|------------------------------------|---|
| ☐ 1) Hotel | ☐ 2) Guesthouse |
| ☐ 3) Resort | ☐ 4) Other : please specify..... |

7. What kind of transportation do you use in order to get to Ayuttaya?

- | | |
|---|----------------------------------|
| ☐ 1) Private car | ☐ 2) Bus |
| ☐ 3) Train | ☐ 4) Boat |
| ☐ 5) Other : please specify..... | |

8. During your visit in Ayuttaya, what kind of transportation do you use in order to get around? (check all that apply)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) Private car | ☐ 2) Bus / Tuk Tuk (small car) |
| ☐ 3) Motorcycle | ☐ 4) Bicycle |
| ☐ 5) Boat | ☐ 6) walking |
| ☐ 7) Elephant | ☐ 8) Other : please specify..... |

9. Do you use local guide while traveling in Ayuttaya?

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| ☐ 1) Yes | ☐ 2) No |
|---------------------------------|--------------------------------|

10. Which historical tourism places have you visited in Ayuttaya (Check all that apply)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) Phra si sanphet Temple | ☐ 2) Whian phra mongkhonbophit |
| ☐ 3) Phraram Temple | ☐ 4) Mahathat Temple |
| ☐ 5) Ratchaburana Temple | ☐ 6) Kasattrathirat Temple |
| ☐ 7) Phananchong Temple | ☐ 8) Chaiwatthanaram Temple |
| ☐ 9) Yai chaiyamongkhon Temple | ☐ 10) Palace wall and gate |
| ☐ 11) Turret | ☐ 12) Nakhon laung Building |
| ☐ 13) Suriyotai Pagoda | ☐ 14) Chao sam phraya National Museum |
| ☐ 15) Other : please specify..... | |

11. Which cultural tourism places have you visited in Ayuttaya (Check all that apply)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) Handicraft village | ☐ 2) Elephant Kraal |
| ☐ 3) Khun phaen's Residence | ☐ 4) Royal folk art and crafts center at Bang Sai |
| ☐ 5) Bang pa-in palace | ☐ 6) Niwet tammaprawat temple |
| ☐ 7) Other : please specify..... | |

12. How much time do you spend in each historical and cultural tourism place?

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) Less than 15 minutes/place | ☐ 2) 15 – 30 minutes/place |
| ☐ 3) 31 – 45 minutes/place | ☐ 4) 46 – 60 minutes/place |
| ☐ 5) More than an hour/place | |

13. What are your objectives in traveling to historical and cultural places in Ayuttaya province (Check all that apply)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) Educational purpose | ☐ 2) Cultural Study |
| ☐ 3) Recreational Purpose | ☐ 4) Excursion Purpose |
| ☐ 5) Learn about the old civilization | ☐ 6) Others: please specify..... |

14. What have you gained from this trip (Check all that apply)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) Knowledge enhancement | ☐ 2) Relaxation |
| ☐ 3) Friendship | ☐ 4) Learning about Asian civilization |
| ☐ 5) Others: please specify..... | |

15. How much have you spent for your accommodation on this Ayuttaya trip?.....US\$/Person/Day.

16. How much have you spent for your food on this Ayuttaya trip?.....US\$/Person/Day.

17. Would you like to come back to Ayuttaya?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ 1) Certainly | ☐ 2) Not sure |
| ☐ 3) Of course not | |

*****THANK YOU*****



ภาคผนวก ข.

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ ภัคกร สกลรักษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ







ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล

นายอดิศร ฉายแสง

วันเดือนปีเกิด

9 สิงหาคม พ.ศ. 2524

สถานที่เกิด

พระนครศรีอยุธยา

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

80 หมู่ 1 ต.พยอม อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา 13170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2542

มัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงวิทยาคม

พ.ศ.2546

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

พ.ศ.2548

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ