

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นราภรณ์ จันทร์ลาด

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นราภรณ์ จันทร์ลาด

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ
ของ
นราภรณ์ จันทร์ลาด

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2550

นราภรณ์ จันทร์ลาด. (2550). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี*.
สารนิพนธ์. กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์สิมฐากร ชูทรัพย์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยา จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐาน การทดสอบค่าที ($t - test$) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมา ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

OPINION OF THAI TOURISTS TRAVELING TO THE PHRA NAKORN KHIRI
HISTORICAL PARK (KHAL WAND) , PETCHABURI PROVINCE

AN ABSTRACT
BY
NARAPORN JUNLAD

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University
May 2007

Naraporn Junlad. (2007). *Opinion Of Thai Tourists Traveling to the Phra Nakorn Khiri Historical Park (Kha Wang) Petchaburi. Province*. Master's Project, M. Ed. (Business Education). Bangkok : GraduateSchool, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Mr.. Sittakorn Choosup.

The purpose of this study was two – fold. First , it aimed to investigate opinion of Thai tourists to Phra Nakorn Khiri Historical Park (Kha Wang) , Petchaburi province on 4 aspects, namely , physical characteristics, personnel, tourists' service and motivation, second to compare those of opinion as to 4 aspects according to their gender, age, occupation, and income. The sample consisted of 200 Thai tourists traveling to Phra Nakorn Khiri Historical Park (Kha Wang)5 – rating-scale questionnaire was administered and then data were analyzed and presented by percentage , mean , standard deviation, t-test, and One- Way Analysis of Variance..

The results were as follows:

1. Thai tourists' opinion towards traveling to Phra Nakorn Khiri Historical Park (Kha Wang), Petchaburi province was at a high level as a whole. When considered each aspects, it was found that of opinion on personnel was at a moderate level where as of opinion on the other was at a high level.
2. There was no significant difference among that of opinion towards traveling to Phra Nakorn Khiri Historical Park (Kha Wang), Petchaburi province by tourists with different gender, age, occupation, and income/month.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความเมตตากรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากท่านอาจารย์สิริฐฎากร ชูทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลืออันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สิริฐฎากร ชูทรัพย์ ประธานกรรมการผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจกศกดิ์ หมวดสง และอาจารย์ภักดร สกลรักษ์ ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณปฐม ระสิตานนท์ คุณชัยยะ อังกินันท์ และคุณศิลาชัย สุหรัย ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ คุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นักท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์คณะสังคมศาสตร์และคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดามารดา ญาติพี่น้อง คณาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีคุณธรรม อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการประสพผลสำเร็จทางการศึกษา

นราภรณ์ จันทร์ลาด

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น	7
ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	14
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว.....	22
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว	28
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง)	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย	44
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	45
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	45
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	48
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	62
ความสำคัญของการวิจัย.....	62
ขอบเขตของการวิจัย	62
วิธีดำเนินการวิจัย.....	63
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
การวิเคราะห์ข้อมูล	63
สรุปผลการวิจัย.....	64
การอภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก	78
ภาคผนวก ข	83
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	85

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน.....	52
2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน.....	53
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมและรายข้อ...	54
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัด เพชรบุรี ด้านบุคลากร โดยรวมและรายข้อ.....	55
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมและรายข้อ.....	56
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านมูลเหตุจูงใจ โดยรวมและรายข้อ.....	57
7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม เพศ	58
8 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม อายุ.....	59
9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม อาชีพ.....	60
10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System).....	19
2 แสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว.....	27

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสภาวะที่ปัญหา การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ กำลังเกิดขึ้นและทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเกิดสภาวะวิกฤตขึ้นนั้น จึงเป็นปัญหาที่รอให้รัฐบาลเข้ามาแก้ไข เพื่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่มีความเติบโตและแข็งแกร่งขึ้นอีก ทางรัฐบาลได้มีการวางแผนในการพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ เช่นการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกจากสินค้าภายในประเทศ และอีกหลายวิธีซึ่งการท่องเที่ยวก็เป็นอีกหนทางหนึ่งที่ทางรัฐบาลพยายามพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติของทุกจังหวัดทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมให้นำสินค้าประจำจังหวัดมาเป็นสินค้า OTOP ระดับประเทศ เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาอาชีพให้ประชาชน

การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อาจจะเป็นประเด็นหลักในการเพิ่มรายได้ของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโตขึ้นมาก การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อจะนำทรัพยากรตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศ เพื่อเพิ่มเงินตราต่างประเทศนับแสน ๆ ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีของไทยให้มีความมากยิ่งขึ้น เพราะต่างชาติจะให้ความสนใจในวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก และการท่องเที่ยวยังเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้ประชาชนและเยาวชนชาวไทยมาสนใจภายในท้องถิ่นของตนเอง เช่น มรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ทำให้เกิดความมีจิตสำนึกที่จะหวงแหนมรดกในทุก ๆ ด้านที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นของตนเอง ด้วยเหตุนี้รัฐบาล จึงกำหนดนโยบายวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อใช้เป็นแผนแม่บท สำหรับพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในการที่จะนำรายได้มาสู่ประเทศ และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมต่อไป (วาสนา จิตฺพร. 2548 : 2)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) โดยได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือการส่งเสริมให้คนภายในประเทศหันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ให้มากขึ้น เพราะนอกจากจะมีผลดีทางเศรษฐกิจโดยจะทำให้เงินตราหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทยแล้วยังเป็นการให้สวัสดิการสังคมของรัฐต่อประชาชน ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ทำให้คนไทยเกิดจิตสำนึก เกิดความภาคภูมิใจในประเทศ และในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพการชำระเงินทั้งยังมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนในการทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจ

ทางตรง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-พ.ศ.2549) (การวางแผนการท่องเที่ยว.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย:2546) ก็มีการวางนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดังเจตนารมณ์ที่รัฐบาลกำหนดไว้

จังหวัดเพชรบุรีก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ขานรับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพราะจังหวัดเพชรบุรีถือเป็นเมืองที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูงมากเนื่องจากมีที่ตั้งจังหวัดไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งสภาพธรรมชาติ ภูมิประเทศที่สวยงาม ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น

นอกจากนั้นจังหวัดเพชรบุรีก็ยังเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งตั้งแต่ยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้กระทั่งพระมหากษัตริย์แห่งราชอาณาจักรไทยหลายพระองค์ ทรงมีความประทับใจและชื่นชอบสภาพภูมิศาสตร์ด้านต่าง ๆ ของจังหวัดเพชรบุรี จนมีพระราชดำริให้จัดสร้างวังที่ประทับในจังหวัดเพชรบุรี 3 พระองค์ คือ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้ารัชกาลที่ 4 สร้างพระราชวังบนเขามหาสวรรค์ พระราชทานนามว่า "พระราชวังพระนครคีรี" พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงสร้างพระราชวังรามราชนิเวศน์ หรือวังบ้านปืน ดังที่คนเพชรบุรีเรียกขาน สมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ทรงโปรดเกล้าให้สร้างพระราชวังมฤคทายวัน ติดชายทะเลอำเภอบางสะพาน จึงทำให้จังหวัดเพชรบุรีได้รับการขนานนามว่า “เมืองสามวัง”

พระนครคีรีหรือที่ชาวเพชรบุรีเรียกกันว่า เขาวัง เป็นพระราชวังแห่งแรกของประเทศไทยที่สร้างอยู่บนยอดเขา หากผู้มาเยี่ยมชมเยือนเพชรบุรีจะเห็นอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) โดดเด่นเป็นสง่าบนภูเขาสีเขียวล้อมรอบด้วยหมู่มกไม้ ตัดกับท้องฟ้าสีคราม และปุยเมฆสีขาวในยามที่ท้องฟ้าปลอดโปร่ง สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อทรงใช้เป็นที่พักพระราชฐานส่วนพระองค์ และเป็นสิ่งเชิดหน้าชูตาเป็นศรีสง่าแก่ชาวเพชรบุรี โดยปัจจุบันนี้ทางจังหวัดเพชรบุรี ได้พัฒนาปรับปรุงให้มีความสวยงามเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์และเป็นโบราณสถานคู่บ้านคู่เมืองของชาวจังหวัดเพชรบุรี สมดังคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “เขาวังคู่บ้าน ขนมหวานเมืองพระเลิศล้ำศิลปะแดนธรรมชาติ ทะเลงาม”

ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นชาวจังหวัดเพชรบุรีจึงมีความสนใจทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เพื่อทราบความต้องการของตลาดท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวต้องการผลิตภัณฑ์ที่บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทางจังหวัดและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวตามที่ได้มีแผนการพัฒนาเอาไว้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนการท่องเที่ยวของเพชรบุรีรวมทั้งปรับปรุง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากสถิติการขายตั๋วเข้าชมของที่ทำการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในระยะเวลา 3 เดือน พบว่า

- เดือนตุลาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	112,336	คน
- เดือนพฤศจิกายน	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	98,247	คน
- เดือนธันวาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	121,925	คน

รวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วง 3 เดือน จำนวน 332,508 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเปรียบเทียบของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie ; & Morgan.1970:607 – 610) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรจำนวน 332,508 คน ได้เท่ากับ 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์
 - 1.1 เพศ
 - 1.1.1 ชาย
 - 1.1.2 หญิง
 - 1.2 อายุ
 - 1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี
 - 1.2.2 20 – 29 ปี
 - 1.2.3 30 – 39 ปี
 - 1.2.4 40 – 49 ปี
 - 1.2.5 50 ปีขึ้นไป
 - 1.3 อาชีพ
 - 1.3.1 นักเรียน/นักศึกษา
 - 1.3.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - 1.3.3 พนักงานเอกชน
 - 1.3.4 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 - 1.4 รายได้ต่อเดือน
 - 1.4.1 ไม่เกิน 10,000 บาท
 - 1.4.2 10,001 – 20,000 บาท
 - 1.4.3 มากกว่า 20,000 บาท

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
4. ด้านมูลเหตุจูงใจ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกความเชื่อ ค่านิยม การยอมรับ และการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจใช้การพูดหรือการเขียนให้สอดคล้องกับความรู้สึกภายในของตนเองซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ หรือสภาพความเป็นจริงขณะนั้น

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่ง ซึ่งก็คือ สถานที่ที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อการใด ๆ ก็ตามที่มีใช่เป็นการหารายได้

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง)

ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ด้าน 4 ดังนี้คือ

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อสถานที่และสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) รวมถึงสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และร้านขายของฝากที่ระลึกประจำจังหวัดเพชรบุรี

2. ด้านบุคลากร หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อการมีัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ อย่างพอเพียง เจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยา มีความเป็นมิตรไมตรี เจ้าหน้าที่มีความรู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เจ้าหน้าที่แต่งเครื่องแบบแยกได้ชัดเจนจากนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่คอยแนะนำความรู้กับนักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวัง

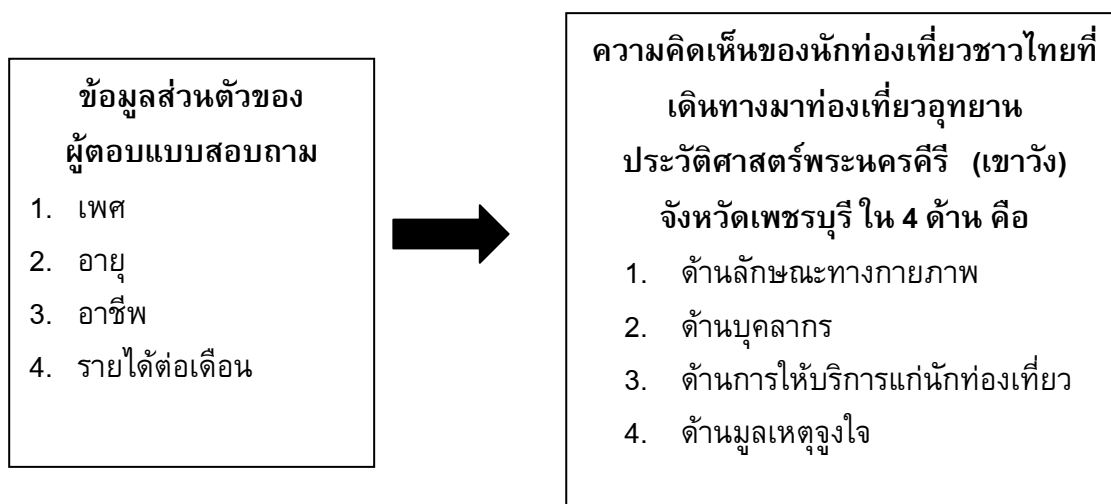
3. ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลให้ความรู้เรื่องพระนครศรีอยุธยา เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ มีป้ายบอกทางแนะนำสถานที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีการจัดสร้างศาลาพักผ่อนพอเพียงตลอดเส้นทางเดินชมพระราชวัง มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี มีบริการห้องน้ำห้องสุขา อย่างพอเพียง และสะอาดถูกสุขลักษณะ ถึงที่รองรับขยะมีปริมาณพอเพียงเหมาะสม มีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียง สะดวก สถานที่ขายของฝากของที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ และมีสินค้าของที่ระลึกที่หลากหลายให้เลือกซื้อและราคาเหมาะสม

4. ด้านมูลเหตุจูงใจ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสัมผัสวัฒนธรรมชาติ มาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก มาท่องเที่ยวเพื่อช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงเกินไป นโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมีความชัดเจนน่าสนใจ การเสนอข่าวสารพระนครศรีอยุธยาในนิตยสารการท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์งานพระนครศรีอยุธยาประจำปี น่าสนใจ มีครอบครัว / กลุ่มเพื่อน ชักชวนให้มาท่องเที่ยว มีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางมาท่องเที่ยวและมีความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและตั้งใจจะเดินทางกลับมาอีก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลโดยอาศัยความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางและทิศทางในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีประเด็นหัวข้อที่สำคัญดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น
2. ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
3. ความสำคัญของการท่องเที่ยว
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การบริโภคของนักท่องเที่ยว
5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว
6. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลแต่ละคนในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาศัยประสบการณ์และพื้นความรู้เดิมเข้ามาช่วยในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นประสบอยู่ มีนักวิชาการมากมายที่ให้ความหมายและคำนิยามของความคิดเห็นไว้ ดังนี้

ลาวัญญ์ จักรานวัฒน์ (2540:9) จากการศึกษาความหมายของความคิดเห็น ต่าง ๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงความรู้สึกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึง ข้อเท็จจริงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูด การเขียน โดยอาศัยพื้นความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากมีหลักฐานข้อเท็จจริงปรากฏ

สุนิสา ฐานพรอนันต์ (2540 : 14) เห็นว่า ความคิดเห็น (opinion) คือ คำพูดที่แสดงออกซึ่งความเชื่อบางอย่าง ทศนคติบางอย่างหรือค่านิยมบางอย่างของผู้พูด ฉะนั้นการที่ความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดที่แสดงออก จึงมักพบว่าเขาไม่สามารถยึดถือคำพูดที่ตนแสดงออกมาได้มากนัก เนื่องจากมีเหตุผลมากมายที่ตนมักไม่พูด ไม่แสดงออกถึงสิ่งที่ผู้นั้นรู้สึกนึกคิดจริง ๆ อยู่ในใจ ในเรื่องความคิดเห็นนี้มักจะแยกแยะข้อแตกต่างระหว่างทัศนคติที่แสดงต่อชุมชนกับทัศนคติส่วนตัว (public and private attitudes) ฉะนั้นเขาจึงสามารถแยกแยะข้อ

แตกต่างระหว่างความเชื่อและค่านิยมที่แสดงต่อชุมชนและที่เป็นส่วนตัวได้ ด้วยเหตุนี้หากบุคคลอยู่ในสภาวะการณ์ที่เป็นส่วนตัวมากเท่าใด การแสดงออกของความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยมก็จะสอดคล้องกับความเป็นจริงในส่วนลึกได้มากเท่านั้น

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2522 : 7) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกซึ่งวิจาร์ณญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (fact) และทัศนคติ (attitude) ของบุคคลความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

จุมพล นิภาเกษม (2537 : 8) กล่าวว่าความคิดเห็น หมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการคาดการณ์

วรพันธ์ ภูผา (2543 :7) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นในลักษณะที่สอดคล้องกันว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติ ความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูดหรือการเขียนโดยอาศัยพื้นฐานทางความรู้ ข้อเท็จจริง ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม

ประคอง กรรณสูตร (ม.ป.ป.) กล่าวว่าไว้ว่าความคิดเห็นถือได้ว่าเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติอย่างหนึ่ง แต่การแสดงความคิดเห็นนั้นมักมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็น ที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

สมนึก ชาญชัยเดชาชัย (2546 : 9) ได้ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึก ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด หรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่น

เว็บเตอร์ (Webster. n.d.) ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นว่า เป็นความเชื่อมั่นที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความแน่นอนหรือความรู้อันแท้จริงแต่ตั้งอยู่ที่จิตใจ ความคิดเห็นและการลงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลที่เห็นว่าจะจะเป็นจริงหรือน่าจะตรงตามที่คิดไว้

ชอว์ ; และไวรท (Shaw ; & Wright. n.d.) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งการตัดสินใจประเมินค่าหรือทัศนะเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะความคิดเห็นยอมให้อิทธิพลจากทัศนคติ

โคลาสา (Kolasa. n.d.) ให้ความหมายว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ หรือเป็นการลงความเห็นของบุคคลหนึ่งในข้อเท็จจริง

ชาเรส เอ ฮีเดนริช (Chales A. Heidenrich. n.d.) ให้ความหมายของความคิดเห็น (Opinion) ว่าเป็นความเชื่อหรือทัศนคติ ซึ่งบางครั้งอาจจะมีความรู้สึกเลื่อนลางในข้อเท็จจริงของตน และไม่มีความรู้สึกแรงกล้าถึงกับจะพิสูจน์ข้อเสนอนั้น ๆ ได้เป็นแต่เพียงว่าตนยอมรับข้อเสนอนั้น เพราะรู้สึกหรือดูเหมือนว่ามันเป็นอย่างนั้นซึ่งใน (A Dictionary of General Psychology ให้ความหมายไว้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. เป็นความเชื่อหรือทัศนคติซึ่งแต่ละบุคคลก่อกำเนิด (Forms) มาจากความรู้สึกหรือการตัดสินใจในความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ หรือไม่ยอมรับในข้อเสนอหนึ่ง
2. การตัดสินใจหรือความเชื่อมันจะรวมไปถึงความคาดหวัง (Expectation) หรือการคาดคะเน (Prediction) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมหรือเหตุการณ์
3. การแสดงออกเป็นถ้อยคำจากทัศนคติ (Attitude) และใน A Comprehensive Dictionary of Psychology and Psychoanalytic Terms ได้บรรยายไว้อย่างน่าสนใจว่า เป็นความเชื่อที่บุคคลมีความรู้สึกโดยปราศจากข้อผูกพันทางอารมณ์ หรือการตัดสินใจ และแสดงออกมาอย่างเปิดเผยถึงแม้ว่าจะไม่ปรากฏหลักฐานเป็นที่ยอมรับว่าน่าเชื่อถือก็ตาม ซึ่งสามารถจะแสดงออกมาเป็นถ้อยคำภายใต้สถานการณ์ที่เหมาะสม อย่างน้อยที่สุดสำหรับบุคคลหนึ่ง ข้อสันนิษฐานในเรื่องจุดมุ่งหมายของความคิดเห็นนั้นเด่นชัดกว่าจุดมุ่งหมายของทัศนคติถึงแม้ว่าในบางครั้งจุดมุ่งหมายอาจจะหลอกตัวเองอยู่บ้าง (ความคิดเห็นส่วนมากจะนำข้อเท็จจริง, การตัดสินใจที่ถูกต้องและโครงสร้างของบุคคลิกภาพออกมามากกว่าที่จะยึดมั่นในข้อสมมุติโดยทั่วไป) แต่ถึงว่าอิทธิพลเหล่านี้จะมาจากแรงจูงใจ หรือการตัดสินใจก็ตามความคิดเห็นก็ยังเป็นคำกล่าวถึงเรื่องราวที่คลุมไปถึงความรู้บางอย่างและข้อสรุปของหลักฐานแห่งความจริงพอประมาณอีกประการหนึ่ง มันอาจจะมีความผันผวน ง่าย ที่นึกขึ้นเองอย่างไม่มีเหตุผลก็ได้

กูล โกล (Gould , Kule. 1964) ได้ให้ความจำกัดความของความคิดเห็นใน Dictionary of the Social Sciences ไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. ความคิดเห็น คือการพิจารณาตัดสินความเชื่อจากบุคคลอื่น ในบางประเด็นความคิดเห็นอาจแสดงออกทางคำนิยม หรือชนิดของเหตุผล หรือหลักฐานที่มีอยู่ ซึ่งความสำคัญของความเห็นอาจจะมีมากหรือน้อยต่างกันแล้วแต่บุคคล
2. ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกอย่างแคบและตรงจุด ทำให้ทราบถึงความในใจของบุคคลมากกว่าทัศนคติ ดังนั้นเมื่อความเห็นมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเปลี่ยนแปลงภายนอก และมีความจำกัด จะมีรากฐานมาจากระบบทัศนคติของแต่ละบุคคล
3. ถ้าความคิดเห็นเป็นสิ่งมีชีวิต มันสามารถวัดได้ และได้มีการพัฒนาเครื่องมือในการวัดขึ้นมา ซึ่งโดยปกติจะมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็น ทัศนคติ เทคนิคการวางแผนและการสร้างแบบสอบถามสามารถนำมาใช้ในการวิจัยด้านความคิดเห็น เป็นต้น

จากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ผู้วิจัยจึงสรุปว่าความคิดเห็น (Opinion) เป็นนามธรรม เป็นผลทำให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบ (State of Readiness) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เข้ามาสัมผัสกับความเป็นอยู่ของเรา ด้วยการพูดหรือเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อม เป็นความคิดที่ไม่ลึกซึ้งและความนึกคิด (Thinking) นั้นเป็นลักษณะของความรู้สึกของจิตที่เอียงไปทางใดทางหนึ่ง โดยเฉพาะซึ่งอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้

ความสำคัญของความคิดเห็น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2537 : 602-604) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความคิดเห็นดังนี้

1. ประสบการณ์ บุคคลจะมีความคิดเห็นที่ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะใด หากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีก็จะทำให้มีความคิดเห็นที่ดี และหากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ไม่ดีก็จะมีความคิดเห็นที่ไม่ดีเช่นกัน

2. การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ความคิดเห็นของคนบางคนอาจเกิดจากความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนอื่นโดยได้รับข้อมูลเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้ที่สัมพันธ์ด้วย แล้วถ่ายทอดความคิดเห็นนั้นมาเป็นของตน เช่น ความสัมพันธ์ที่มีต่อ พ่อ แม่ ครู อาจารย์ บุคคลนั้นก็จะได้รับความคิดเห็นถ่ายทอดมาจากบุคคลที่ใกล้ชิดได้เป็นอย่างมาก

3. ตัวแบบ ความคิดเห็นของบุคคลบางอย่างเกิดจากการเลียนแบบ เด็กอาจเลียนแบบพฤติกรรมอย่างที่คุณชอบจาก พ่อ แม่ ครู และบุคคลที่ใกล้ชิด นอกจากนั้นอาจจะเลียนแบบจากภาพยนตร์ และสื่อต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นมา หากตัวแบบดังกล่าวมีความคิดเห็นที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ผู้เลียนแบบก็จะรับเอาข้อมูลฝังเข้าไปในจิตใจ และมีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ เหมือนตัวแบบ

4. องค์ประกอบทางสถาบันสังคม สถาบัน และสังคมต่าง ๆ เช่น โรงเรียนวัด โรงภาพยนตร์ และองค์กรต่าง ๆ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความคิดเห็นให้เกิดกับบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยที่บุคคลจะค่อย ๆ รับประสบการณ์ จากชีวิตประจำวัน และสะสมมากขึ้นจนเป็นความคิดเห็น และมีพฤติกรรมที่ดีต่อไป เช่น โรงเรียน อาจจะอบรมให้เด็กรู้จักเชื่อฟัง พ่อ แม่ เด็กก็จะรับข้อมูลและความคิดเห็นที่ดีต่อพ่อ แม่ เป็นต้น

สมนึก ชาญชัยเดชาชัย (2546 :9) การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่ละคนจะแสดงความเชื่อถือและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยพูด การเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนนโยบายต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงระบบงาน รวมทั้งในการฝึกหัดทำงานด้วย เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเป็นไปตามความพอใจของผู้ร่วมงาน

นอกจากนี้ในการศึกษาความคิดเห็นต่าง ๆ ส่วนมากใช้วิธีการวิจัยตลาด ได้แก่ การซักถาม สอบถาม และรวบรวมไว้เป็นข้อมูล ซึ่ง Best (สมนึก ชาญชัยเดชาชัย. 2546 :9) ได้เสนอแนะว่าวิธีการที่ดีที่สุดในการจะบอกถึงความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงจำนวนร้อยละของคำตอบในแต่ละคำถามเพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร และจะได้สามารถทำตามข้อคิดเห็นเหล่านั้นได้

ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกของบุคคลเป็นการแสดงออกด้านเจตคติด้านใดด้านหนึ่ง ที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่าง ต่อสถานการณ์ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกคำ การที่บุคคลสัมพันธ์กันและมีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ความขัดแย้งระหว่างบุคคลก็จะเกิดขึ้น ซึ่งความคิดเห็นนี้จะเกิดขึ้นจากความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันหรือคล้ายกันเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคล ปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ได้มีผู้เสนอแนวคิด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

สมนึก ชาญชัยเดชาชัย (2546 :10) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นประกอบด้วย

1. การศึกษา ระดับการศึกษา มีอิทธิพลมากต่อการแสดงความคิดเห็นเพราะเป็นการวัดประสบการณ์ให้กับบุคคล
2. สื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลมากต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของบุคคล เพราะจะเป็นการสื่อในการสร้างความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบ
3. กลุ่มเพื่อนและสังคมที่เกี่ยวข้อง บุคคลเมื่ออยู่ในกลุ่มหรือสังคมใด จะมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกับกลุ่มและสังคมนั้น ๆ กลุ่มมีส่วนผลักดันให้บุคคลมีการเรียนรู้ และมีประสบการณ์

ฟอร์เทอร์ (Foster. n.d.) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นเกิดจาก

1. ประสบการณ์ตรงที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หมู่คณะ เรื่องราวต่าง ๆ หรือสถานการณ์จากการได้พบเห็น การได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือ และประสบการณ์ทางอ้อมโดยไม่ได้พบเห็นจริง
 2. ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงมีความคิดเห็นในสิ่งเดียวกันแตกต่างกัน
- จากแนวความคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยมของกลุ่ม มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคลในกลุ่มนั้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น

ทราอินดิส (Traindis. n.d.) กล่าวว่า ความคิดเห็นของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดย

1. การรับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลหรือสื่อมวลชน
2. การได้รับประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง
3. การถูกบังคับให้ปฏิบัติตามโดยไม่เต็มใจ หรือตรงกับความรู้สึกนึกคิด

มีคิวร์ (Mequire. n.d.) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็นว่า ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ การให้ความสนใจต่อสิ่งต่าง ๆ
2. การเข้าใจ การได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเกิดความรู้
3. การมีสิ่งใหม่เกิดขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงสภาวะการณ่เกิดขึ้นจาก สภาวะการณ่ปกติ
4. การเก็บเอาไว้ การเก็บข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกเอาไว้
5. การกระทำ เป็นการแสดงพฤติกรรมออกมาให้ปรากฏแก่สาธารณชน

ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติจะเกิดขึ้นครบทุกขั้นตอน ส่วนการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นจะเกิดขึ้นในขั้นตอนที่ 1 – 4 จากแนวคิดของ Traindis และ Mequire ที่กล่าวมาจะเห็นว่า ก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นนั้น จะมีการได้รับข้อมูลใหม่หรือข่าวสารใหม่ ๆ ซึ่งข่าวสารข้อมูลนี้อาจมาจากบุคคลอื่นหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้นเอง และได้แบ่งความคิดเห็นออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุดลบสุด เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนบูชา ทิศทางลบสุด ได้แก่ รังเกียจมาก ความคิดเห็นนี้รุนแรง เปลี่ยนแปลงได้ยาก
2. ความคิดเห็นจากความรู้ ความเข้าใจ การมีความคิดต่อสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ได้แก่ ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในลักษณะเป็นกลาง ได้แก่ เฉย ๆ ไม่มีความคิดเห็น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่เห็นด้วย
3. การแยกแยะเป็นส่วน คือ การพิจารณาความคิดเห็นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างละเอียด ซึ่งสามารถแยกออกจากกันได้ ทำให้เกิดความคิดเห็นได้ง่ายกว่าการรับรู้แบบหยาบ

การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นของบุคคลทำได้หลายวิธี วิธีที่ใช้กันโดยทั่วไป คือ การตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

เบส (Best. n.d.) ได้เสนอแนะว่า วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงจำนวนร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความเพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร และสามารถทำตามข้อคิดเห็นเหล่านั้นได้หรือไม่

ลิเคิร์ต (Likert. n.d) กล่าวว่า การวัดทัศนคติของบุคคล คือการวัดจุดยืนของเขามบนเส้นความต่อเนื่องของความรู้สึกของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากระดับความรู้สึก ทางบวกมากที่สุด ไปจนถึงระดับความรู้สึก ทางลบมากที่สุด เทคนิคการวัดนั้น จะเป็นการแยกและรวบรวมสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุในแต่ละข้อความของความเชื่อของเขาต่อสิ่งนั้น ๆ ว่าเป็นไปในทางบวกหรือลบ

นัมอลลี (Numally. n.d.) กล่าวว่า การวัดทัศนคติคือการถามบุคคลที่เราต้องการจะวัดว่ามีปฏิกิริยาในแง่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย กับข้อความในวันนั้น ๆ

เฮอร์ล็อก (Hurlock. n.d.) กล่าวว่า สามารถวัดความคิดเห็นได้โดย

1. ใช้การสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ต่างต่าง ๆ
2. ใช้การสัมภาษณ์ โดยการถามว่า ชอบอะไร สนใจเรื่องอะไร
3. ใช้การสนทนา การสนทนาจะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของบุคคล

นั้น

4. ศึกษาจากข้อเขียน จากสมุดบันทึก จดหมาย ข้อเขียนจะเป็นการสะท้อนถึงความสนใจได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกันกับการสนทนา

5. โดยการสอบถามถึงความปรารถนา

สุกรีพ พิพิษฐกุล (2542 : 16) ได้กล่าวว่า เนื่องจากความคิดเห็น (Opinion) และทัศนคติ (Attitude) มีความหมายและลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นการวัดความคิดเห็นจึงสามารถใช้วิธีวัดทางทัศนคติได้ด้วยแต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายในและไม่สามารถทราบได้เลยว่า บุคคลมีทัศนคติอย่างไร จึงต้องใช้วิธีอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกโดยมีวิธีวัด ดังนี้

1. การรายงานตนเอง (Self – Report Measures) เป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัดรายงานตนเองถึงความรู้สึก ทำที่ต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความคิด ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียงดี – ไม่ดี ได้แก่

1.1. มาตรวัดของเทอร์สโตน (Thurstome Scales) มาตรวัดแบบนี้สร้างโดยการรวบรวมข้อความที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่ต้องการวัด ควรจะได้ประมาณ 100 ข้อเป็นอย่างน้อย โดยมีลักษณะเป็นทางบวก อย่างมาก เป็นกลาง และทางลบ อย่างมาก จากนั้นก็ให้เลือกข้อความที่ต่งจากความคิดเห็นของผู้ที่ต้องการจะวัดนำมาคำนวณหามัธยฐาน (Median) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของแต่ละข้อความ แล้วเลือกข้อความตาม ค่ามาตรฐานที่วัดได้ ก็จะเหลือเพียง 20 ข้อความ หรือมากที่สุดไม่เกิน 45 ข้อความ

1.2. มาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert – Type Scales) ลิเคอร์ทได้สร้างมาตรวัดทัศนคติโดยพัฒนามาจากของ Thurstone มีข้อความทั้งทางบวก และทางลบปะปนกันส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินข้อความที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วย ไม่มีความเห็นหรือไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรวัดแบบนี้มักจะพบว่าผู้ตอบ ไม่มีความเห็น เป็นส่วนมากจึงมีการใช้คำพูดว่า เห็นด้วยเล็กน้อย แทน เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบได้

2. การจำแนกความหมาย (Semites Differential Scales) ซึ่ง ออกู๊ด (สุกรีพ พิพิทกุล. 2542 : 17 ; อ้างอิงจาก Osgood. 1957) เป็นผู้สร้างมาตรวัดแบบนี้ โดยประกอบด้วยคำคุณศัพท์ที่บรรยายลักษณะของเป้าหมายที่เราต้องการวัดที่แสดงลักษณะตรงข้ามกัน เช่น บวก – ลบ ดี – เลว ยินดี – ไม่ยินดี เห็นด้วย – ไม่เห็นด้วย ซึ่งในระหว่างคำคุณศัพท์คู่นี้จะมีช่วงห่างกัน 7 ภาคขึ้น ผู้ตอบจะเลือกคำที่แสดงความรู้สึกต่อเป้าหมายที่เขาได้อยู่ คะแนนของทัศนคติจะดูจากการรวมคะแนนแต่ละข้อ ซึ่งจะอยู่ระหว่าง 1 – 7 คะแนน

3. การสังเกตพฤติกรรม (Observation of Overt Behavior) เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้เราทราบถึงทัศนคติ ซึ่งมีผลต่อเนื่องถึงการให้ความคิดเห็นได้ อาจใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม รวมทั้งการใช้วิธีการดัดการสะท้อนภาพ (Semiprojective Technique) เช่น การให้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่ไม่ชัดเจน หรือให้เติมคำหรือข้อความ นอกจากนี้ยังมีวิธีการวัดจากผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เช่น อัตราการเต้นของหัวใจ การหด และ/หรือขยายตัวของม่านตา และการวัดด้วยการแสดงออกทางร่างกาย

ความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่ง ที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านศักยภาพด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (Mc Intosh. 1972)

การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (Mc Intosh ; & Goeldner. 1984)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542:4)

เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

ในการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง นั้นย่อมมีเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง ซึ่งเกิดจากเหตุจูงใจดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นเพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกทีกครึกโครมและดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิงนักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อจะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ ก็มี บางคนมีความภาคภูมิใจที่จะส่งรูปไปรษณียบัตรของเมืองที่ไปเที่ยวไปให้เพื่อนฝูงเป็นเชิงโอ้อวดว่าได้ไปถึงไหนๆ ก็มี จะเห็นได้ว่าเหตุที่ทำให้เกิดสุขขารมณ์ของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายอย่างหลายประการ และในหลายกรณีผสมกันมากกว่า 2-3 อย่างเสียด้วย ยิ่งถ้าเอาอุปนิสัยใจคอ รสนิยม ภูมิหลัง และฐานะการเงินเข้าไปเป็นตัวแปรด้วย แล้วการท่องเที่ยวเพื่อสุขขารมณ์ยิ่งแปรผันไปอย่างกว้างขวางซับซ้อนที่สุด เป็นหน้าที่สำคัญของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะต้องจัดชอยบริการให้เป็นไปตามลักษณะปลั๊กย่อยของการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ได้

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนได้แก่พวกที่ใช้วันหยุดงานเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดไกลๆ ผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอีกทีกครึกโครม นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น อากาศหนาวเย็น อากาศแห้งแล้ง ลมพัดเฉื่อยฉิวอยู่เป็นนิจ พวกเจ็บไข้โดยโรคบางอย่างอาจเลือกไปเที่ยวพักผ่อนที่ศูนย์บำบัดโรคบางอย่างโดยเฉพาะ เช่น พวกที่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินของลมหายใจจะเลือกไปพักผ่อน ณ ที่มีควมชื้นน้อยๆ พวกโรคผิวหนังไปพักผ่อนใกล้ๆ บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมสิ่งศิลปนานาพรรณในหอศิลป์ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญๆ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรหรรรมและงานฉลองเพื่อชมการแสดงทางศิลปครั้งสำคัญๆ เช่น ดนตรี ละคร ฯลฯ การเดินทางโดยมีเหตุจูงใจดังกล่าวเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนักธุรกิจท่องเที่ยวมักจะฉวยโอกาสเพื่อขายทัวร์เป็นพิเศษ เหตุจูงใจอย่างเดียวกันนี้ก็ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากมายเช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

ชนิดที่หนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ ซึ่งแชมป์เปียนโลกหรือแชมป์เปียนภาค ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้ นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมกันมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันเสียอีก การแข่งขันกีฬาประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่นับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญ โดยผู้จัดกีฬาเขตอาจไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศหรือระหว่างประเทศก็มักจะมีการแย่งชิงกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้เล็งเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬา

อีกชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่นในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา และในฤดูกาลอื่นๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่ายิงสัตว์ ตกปลา ซึมซา แม้แต่ขับรถเที่ยวเล่นโดยไม่มีจุดหมายปลายทาง จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังที่จะได้เห็นว่าการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งเล่นเรือใบ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้วแต่ในด้านเศรษฐกิจของวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่าๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ นอกจากนั้นถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการเจรจาซื้อขายสินค้า การชมนิทรรศการสินค้า หรือเทคโนโลยี ก็เรียกว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้านโดยตรง

ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจัดประเภทนักท่องเที่ยวที่จะกล่าวต่อไปนี้ จัดตามเกณฑ์ต่างๆ หลายเกณฑ์ละกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล

ได้แก่การท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศหรือต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัวหรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อนฝูงโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยกำหนดเอาไว้ว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใด หยุดท่องเที่ยวที่ไหนบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ได้ตามที่ปรารถนา บริการต่างๆ ะหว่างทางและปลายทางก็จัดหาเอาเองโดยไม่ต้องพึ่งผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว หรือพึ่งเพียงในบางเรื่อง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งหรือกี่คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดกัน ไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวก็จะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรมและบริการอื่นๆ ให้ โดยกำหนดไว้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไรอีกเลย ตั้งหน้าตั้งตาท่องเที่ยวตามที่บริษัทนำเที่ยวได้กำหนดไว้ในรายการเท่านั้น การท่องเที่ยวแบบนี้ นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ก็ขาดอิสระเสรีไปบ้างในเรื่องสถานที่ที่อยากจะไปเที่ยวและต้องกระทำการต่างๆ ตามกำหนดเวลา ซึ่งสำหรับบุคคลบางจำพวกอาจรู้สึกว่าเป็นการเร่งรัด ปัจจุบันนี้นิยมเรียกการท่องเที่ยวประเภทนี้ว่า group tour

อย่างไรก็ดี บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยวอาจรับจัดแผนการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเล็กๆ 2-3 คน หรือ 1 ครอบครัว โดยจัดซื้อตั๋วโดยสาร จองที่พักโรงแรม หามัคคุเทศก์ไว้ให้ ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ นั้นเสียเงินเหมาจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยว

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาว การท่องเที่ยวตามเวลาสั้น และการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับอย่างที WTO เรียกว่า excursion หรือทัศนจร

3.1 การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาว ซึ่งถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษาก็จะหมายถึง การพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ใดเป็นคาบเวลาเป็นสัปดาห์ๆ หรือเป็นเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่ท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เช่น อาจใช้เวลา 2-3 เดือน สำหรับท่องเที่ยว 11-12 ประเทศ ในยุโรป เป็นต้น

3.2 การท่องเที่ยวตามเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึงประมาณ 10 วัน ถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวแบบนี้มาก ความสำคัญทางเศรษฐกิจก็เป็นเรื่องที่ต้องคิดถึง แต่ในทางสังคมวิทยาแล้วมีความสำคัญมากสำหรับผู้ที่ไม่มีโอกาสจะไปเที่ยวพักผ่อนได้นานๆ ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวประเภทนี้มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนจรหรือที่ WTO เรียกว่า excursion และได้กำหนดบทนิยามว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนจรมีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นที่อยู่ใกล้ๆ พรมแดน โดยเฉพาะเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนหรืออัตราภาษีให้ความได้เปรียบแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ก็จะมีการทัศนจรข้ามพรมแดนเพียงเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับเป็นส่วนสำคัญยิ่งของการท่องเที่ยวภายในประเทศ

4. การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว

หมายถึงการท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารในประเทศที่มีพรมแดนติดกัน การท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ เป็นการกระทำกันอย่างเป็นปกติธรรมดาทีเดียว การท่องเที่ยวแบบคาราวานซึ่งประกอบด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลหลายสิบลคัน แต่ละคันบรรทุกนักท่องเที่ยวกลุ่มละ 3-4 คน ซึ่งอาจเป็นเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว ก็เป็นที่นิยมกันมากในประเทศที่มีพรมแดนติดกัน การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวก็กระทำกันไม่น้อย

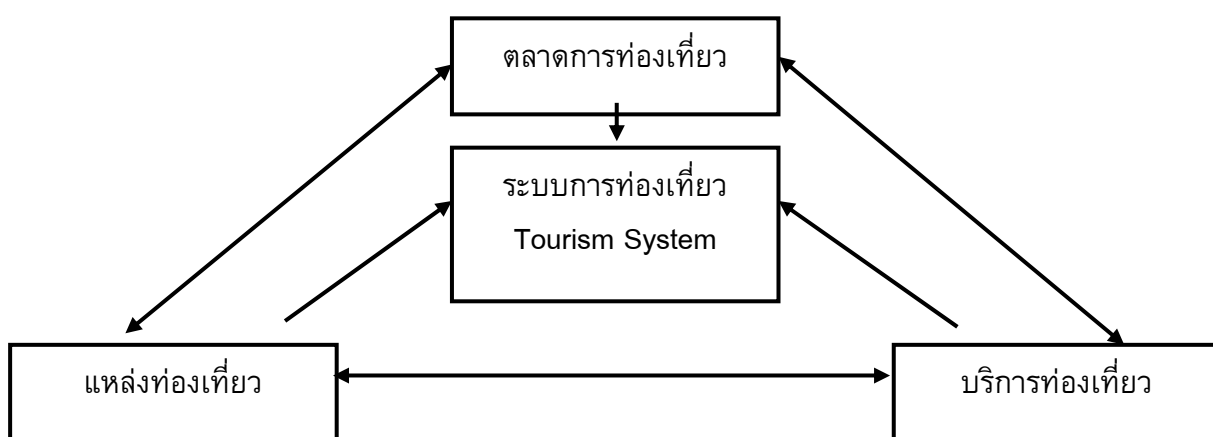
5. การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายกันมากพอที่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องเอาใจใส่ การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายหมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทนำเที่ยวให้พอเพียงอย่างน้อยที่สุดสำหรับค่าเดินทาง ค่าที่พัก แรม และค่าอาหาร อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่จะเรียกเช่นนั้นได้อย่างเต็มภาคภูมิ “ควรจะรวมค่าใช้จ่ายสำหรับรายการพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งไว้ด้วย เช่น การพาชมโบราณสถานหรือสิ่งน่าดู การพาเข้าไนท์คลับ การเช่าเรือใบ ตัวตุลละคร หรือโอเปร่า หรืออย่างใดอย่างหนึ่งที่นอกเหนือไปจากปัจจัยแท้ๆ ของการท่องเที่ยว อันได้แก่การเดินทาง การพักแรม และการกิน การคิดราคาสำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้มักจะคิดเป็นรายบุคคลหรือคิดเป็นคู่ นักท่องเที่ยวแบบนี้มักจะเป็นคู่บ่าวสาวที่ไปฮันนีมูน หรือสามีภรรยาที่จะไปฮันนีมูนครั้งที่สอง คณะไปเล่นกอล์ฟ คณะไปท่องเที่ยวในวันสุดสัปดาห์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ใหญ่นักที่จะไปสนุกสนานประเภทเดียวกัน ณ จุดท่องเที่ยวปลายทาง การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายแทบทั้งสิ้นเป็นงานของบริษัทนำเที่ยว”

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้องโดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้นการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่นๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ดังแสดงในรูปภาพประกอบ



ภาพประกอบ 1 แสดงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่ง Peter (1969) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้คือ

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือแสวงหาความรู้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอาจจัดแบ่งย่อยออกตามประเภทของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติได้ 2 อย่าง คือ (สมพร อิศวิลานนท์. 2538 : 3-8)

1.1.1 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ตามขบวนการธรรมชาติ (Renewable) ทรัพยากรประเภทนี้เมื่อใช้แล้ว ก็สร้างเสริมขึ้นใหม่ได้ โดยการคืนรูปตามขบวนการธรรมชาติ แต่อาจสูญสิ้นได้ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า หน้าผา ถ้ำ น้ำตก หาดทราย เกาะ ฯลฯ

1.1.2 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ และไม่มีการสูญสิ้น เช่น แสงแดด อากาศ กระแสน้ำ พลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานลม ฯลฯ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มนุษย์สร้างขึ้นด้วย เหตุผลต่างๆ กัน เช่น เพื่อการกีฬา การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ ศาสนสถาน ระลึกถึง เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือด้านศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างแบ่งได้ เป็น 2 อย่างคือ

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นแบบอย่างการ ดำรงชีวิตชุมชนนั้นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ พิธีกรรมต่างๆ ที่เกิดจาก ความเชื่อของบุคคลในชุมชน

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาในอดีต หรือเพื่อระลึก ถึงเหตุการณ์ในอดีตของสังคมมนุษย์ในสมัยนั้นๆ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ได้แก่ เมือง โบราณ เจดีย์ วัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ ฯลฯ

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่ง ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความ สะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่ง กิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมใน กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และ ธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังมีธุรกิจที่ เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น โดยแบ่ง ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศมีดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายรูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา สุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบของภาษีอากรประเภทต่างๆ

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม มีดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง มีดังนี้

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้ถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก กันเคย ภูมิปัญญา ฝั่งพาท้ายกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคีสามัคคีกันของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาด ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง ครอบครัว หรือเพื่อสร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่ แต่อย่างไรก็ตามในแง่ของนักการตลาดไม่สามารถสรุปว่าทุกคนคือผู้บริโภคของกิจการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดองค์ประกอบของผู้บริโภคที่จะเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ (ยูทนา ธรรมเจริญ. 2541:5)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนิสิต/นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยว (ศิริวรรณ และคณะ. 2537 : 29) สามารถใช้คำถามในการศึกษาพฤติกรรมได้ ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) คำตอบที่ได้จะทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน ประชากรศาสตร์ เช่น เพศ รายได้ สถาบันการศึกษา ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมการบริโภค

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) คำตอบที่ได้จะทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ในงานวิจัยนี้หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา ป่าไม้ เป็นต้น

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) คำตอบที่ได้จะทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อบริการการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สนุกสนาน และศึกษาหาความรู้ เป็นประสบการณ์

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates) คำตอบที่ได้จะทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) คำตอบที่ได้จะทราบถึงโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันหยุด เทศกาลต่าง ๆ หรือไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) คำตอบที่ได้จะทราบว่านักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวที่ไหน ในบรรยากาศใด

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) คำตอบที่ได้จะทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

การเลือกบริโภคขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่ไปกับค่านิยมของสังคม กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ จะนิยมพักในโรงแรม

ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทศนคติเป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพล

ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด องค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทศนคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะมีผลกระทบอะไรบ้างต่อตลาดการท่องเที่ยว และทำให้การวางแผนการตลาดมีความลำบากมากขึ้น ผู้วางแผนจำเป็นต้องศึกษา ความต้องการของตลาด (Market Demand) และเตรียมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mathieson ; & Wall. 1996: 16-17)

1.1 ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้ พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

1.2 ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

1.3 ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้ อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่างๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูล ก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบาย เรียบง่าย และสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพ ไร่ชา ความต้องการการท่องเที่ยวและพักผ่อน มีมากมายหลายรูปแบบและมีความต้องการการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) ผลิตัวตุติบในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่นที่พักในโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สินค้าและบริการอื่น ๆ ในสายของสินค้าเดียวกัน และขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

- ขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว (Direct sales)
- ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Operator)
- ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย และบริษัทตัวแทนจำหน่ายจะเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในเวลาเดียวกันจึงจำเป็นต้องศึกษาและวิจัยเพื่อทำความเข้าใจกับความต้องการนักท่องเที่ยวและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิทยาในการบริโภค มีความรู้ถึงลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกันของการเดินทางท่องเที่ยว และสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจเนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ผสมสินค้าและบริการสายเดียวกันและต่างประเภทเข้าด้วยกัน ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจจะสร้างความมั่นคงให้แก่ธุรกิจในการลงทุน อำนาจการต่อรอง การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ และการเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันในระยะยาวส่วนย่อยอื่นๆ เช่น การกันที่นั่งของสายการบินไว้ให้แก่ลูกค้าของบริษัทของสายการบินที่ร่วมมืออยู่ หรือการให้ห้องพักแก่ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมที่มีความร่วมมือกัน ซึ่งจะทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต ผู้ซื้อได้รับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม

3. สินค้าและบริการ สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1 สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

3.2 สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

3.2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

3.2.2 สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปหัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่างๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

3.2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม การจูงนำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว บ้านพักและพักผ่อน ฯลฯ

กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2546:46) มีดังนี้

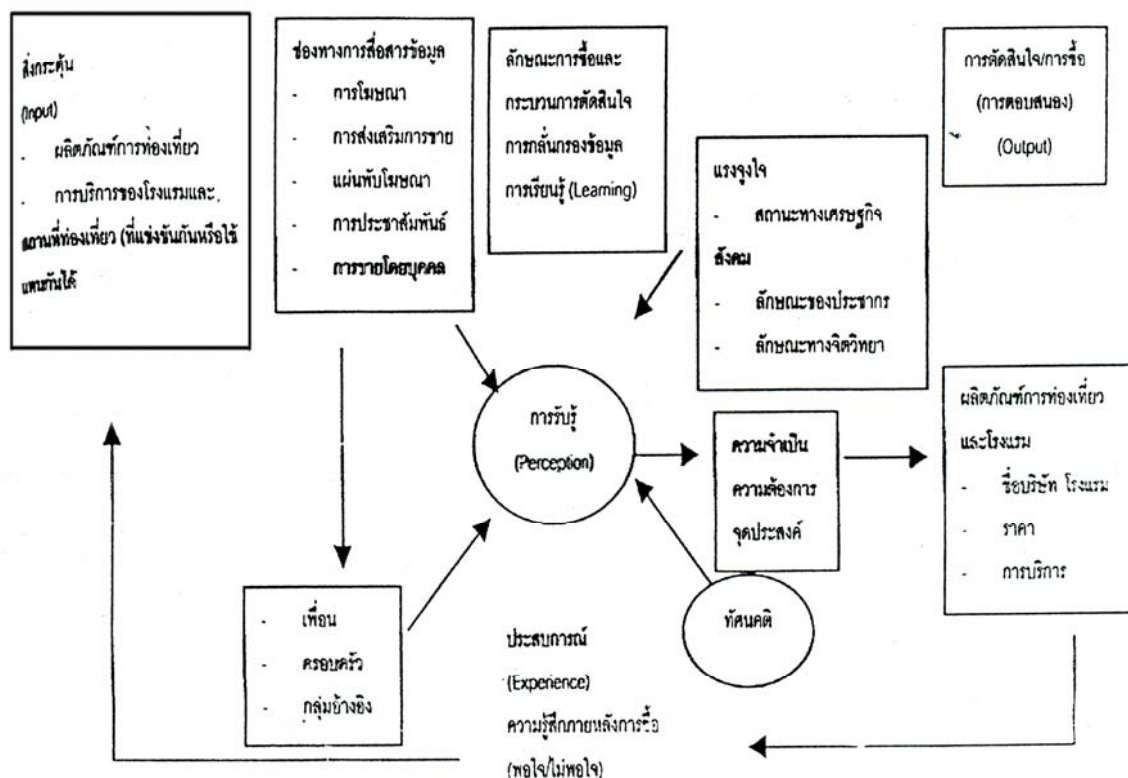
1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็น คนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influenced) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้านั้นๆ

กระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก
 - สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ความต้องการของตน ฯลฯ
 - สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ
2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information Search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆ ก็จะถูกสะสมมากขึ้น พร้อมกับความพยายามหาข้อมูลไปด้วย

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

1. แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก
 2. แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การแสดงสินค้าการท่องเที่ยว
 3. แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค
 4. แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นพฤติกรรมการประเมินผล โดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบิน ที่ให้บริการ รวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม และเมื่อดูคุณสมบัติแล้วก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆ แล้วนำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากรับรู้ความต้องการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะเศรษฐกิจ ทัศนคติทั้งบวกและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งนักการตลาดควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป



ภาพประกอบ 2 แสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

จากรูปแบบแสดงการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิด ความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตน การ กลั่นกรองข้อมูล ซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การ พยายามหาทางตอบสนองความต้องการและจำเป็นของตน โดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้นและกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง ความจำเป็นและความต้องการ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวก มากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะ กลายเป็นประสบการณ์ลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ให้มาก

ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ประชาสัมพันธ์ โรงแรม มัคคุเทศก์ การบริการแบบใกล้ชิด จะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดี และถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยว จึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไป
2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันที เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวมโรงแรม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ การบริการที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการอย่างเร่งด่วน
3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการรับบริการสั้นมาก เช่น การพักรวม 1-2 คืน การรับประทานอาหาร 1-2 ชั่วโมง การโดยสารเครื่องบิน 1-12 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกัน หรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้องและน่าประทับใจ
4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใดๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหางานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และค่าจ้างเครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้นเท่านั้น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว

การจัดวางการตลาดจำเป็นต้องกำหนดงบประมาณในการตลาด เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดอัตราส่วนของงบประมาณการตลาดต่อยอดขาย (Marketing Budget To Sales Ratio) และจะต้องแบ่งงบประมาณการตลาดที่ใช้ในด้านต่างๆ ซึ่งเรียกกันว่า ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ส่วนผสมที่สำคัญที่สุดของการตลาด ก็คือผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ซึ่งจะต้องมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และราคา (Price) เป็นเครื่องมือของส่วนผสมทางการตลาดที่จะกำหนดการขายทั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) และราคา (Price) จะถูกเสนอผ่านช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ไปยังลูกค้า

การแข่งขันในการตลาด

ในธุรกิจมักจะมีผู้ผลิตซึ่งเสนอสินค้าประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันหรืออาจทดแทนกันได้ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน โดยทั่วไปมักจะเน้นที่โครงสร้างต้นทุน การดำเนินธุรกิจครบวงจรหรือการขยายเครือข่ายทั่วโลก ซึ่ง PORTER ได้เสนอแนวความคิดในการซื้อกลยุทธ์คู่แข่งที่เรียกว่ากลุ่มกลยุทธ์ (Strategic Group) ในธุรกิจ

แต่ที่จริงแล้วลูกค้าเองไม่สามารถทราบถึงคุณภาพของการบริการจนกว่าเขาจะได้รับบริการ แต่การบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะต้องตัดสินใจเลือกก่อนที่จะซื้อ ดังนั้นส่วนใหญ่จึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์

ANDREW VLADIMIR ได้กล่าวว่าโดยทั่วไปเราจะใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า 4 P's ในการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยว ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Product or Service) คำว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการในความหมายของการท่องเที่ยว นั้น สำหรับธุรกิจการขนส่งโดยสาร เราจะหมายถึง เส้นทางเดินทาง และหมายกำหนดการเดินทาง สำหรับธุรกิจโรงแรมเราจะหมายถึง อาคารและบริการสำหรับร้านอาหาร เราจะหมายถึง การตกแต่งและรายการอาหาร สำหรับบริษัทท่องเที่ยว นั้นหมายถึง ขอบเขตของผลิตภัณฑ์และบริการอันได้แก่ การจัดทำเช็คเดินทาง ระบบคอมพิวเตอร์ในการจองสายการบิน โปรแกรมการเดินทาง

2. ราคา (Price) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น กลยุทธ์ด้านราคา เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ดังนั้นการตั้งราคาเพื่อที่จะให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจึงเป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดทางการตลาด การตั้งราคาขายส่ง (Wholesale Price) ราคาขายปลีก (Retail Sale) ราคาตามฤดูกาล (Seasonal Price) จึงมีความสำคัญมาก

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น หมายถึง ระบบการจำหน่ายสำนักงานตัวแทน ที่สามารถจองห้อง หรือขายตั๋วการบิน เป็นช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวและท่องเที่ยว มักจะมาติดต่อที่เคาเตอร์บริษัทการท่องเที่ยว เพื่อขอจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม จองโปรแกรมการท่องเที่ยว จองรถเช่า

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายนั้นในตลาดการท่องเที่ยว มักจะทำได้โดยการให้พนักงานขายติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงานโรงแรม ติดต่อขายห้องโดยตรงกับบริษัทนำเที่ยวและบริษัทท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศไว้แล้ว นอกจากนั้น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายก็มีส่วนในการดึงดูดลูกค้า เข้ามาในวงการขาย

พฤติกรรมในการซื้อบริการการท่องเที่ยว นั้น จะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่คุณต้องการจะท่องเที่ยวจะได้รับหรือสามารถได้ทันทีเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นการให้ข่าวสารการท่องเที่ยวต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงมีความสำคัญมากในแง่การปฏิบัติ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การทำแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว การลงข่าวสารคดีการท่องเที่ยว จะทำให้ข่าวสารการ

ท่องเที่ยวอยู่ในตลาดเสมอ ในระยะหลังได้มีการจัดทำ วิดีโอ การท่องเที่ยวจัดจำหน่าย หรือฉายตามโรงแรมในช่องทีวีของโรงแรมทำให้ข่าวสารอยู่บนตลาดได้อย่างหนึ่งด้วยจะสร้างทั้ง ภาพพจน์และตำนาน ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง)

เมื่อกล่าวถึง “เขาวัง” ทุกคนย่อมนึกถึงสิ่งคู่บ้านคู่เมืองเพชรบุรีมาหลายชั่วอายุคน เขาวังหรือชื่อที่เรียกเป็นทางการว่า “พระนครคีรี” จะเป็นสิ่งแรกที่ชาวเพชรบุรี หรือผู้ที่มาถึงเพชรบุรีเป็นโดดเด่นเป็นสง่าบนภูเขาสีเขียวด้วยแมกไม้ตัดกับท้องฟ้าสีครามและปูเมฆขาว สถานที่แห่งนี้นับว่าเป็นความภาคภูมิใจของชาวเพชรบุรี เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงเกียรติประวัติของเมืองเพชรบุรีว่า เคยเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์ไทยในอดีต

ที่ตั้งและความสำคัญ

พระนครคีรีหรือที่ชาวบ้านเรียกว่าเขาวัง เป็นพระราชฐานแห่งแรกของประเทศไทยที่อยู่บนยอดเขา 3 ยอดติดต่อกัน คือ เขาสมนหรือเขามหาสวรรค์ตามที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานนามให้เมื่อครั้งโปรดเกล้าฯ ให้มีการก่อสร้างพระนครคีรีขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2402 มีเนื้อที่ทั้งหมด 600 ไร่ ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมืองฯ จังหวัดเพชรบุรี

พระนครคีรีสร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อทรงใช้เป็นที่พักพระราชฐานประทับแรมของพระองค์ ต่อมาพระมหากษัตริย์ในราชวงศ์จักรีหลายพระองค์ได้ทรงใช้พระนครคีรีแห่งนี้เป็นที่ประทับแรมและเป็นที่ประกอบพระราชพิธีรับรองพระราชอาคันตุกะสำคัญจากต่างประเทศ อันเป็นสิ่งที่เชิดหน้าชูตาและเป็นศรีสง่าแก่ประเทศกว่าศตวรรษมาแล้ว สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ บนพระนครคีรีประกอบด้วยหมู่พระที่นั่ง ปราสาทราชมณเฑียร ป้อมปราการ และวัด ตามลักษณะของพระราชวังหลวง โดดเด่นด้วยเทคนิคการก่อสร้างชั้นสูง ด้วยการผสมผสานสถาปัตยกรรมตะวันตกแบบนีโอคลาสสิกกับศิลปะไทยได้อย่างงดงามและกลมกลืน พร้อมทั้งยังมีอิทธิพลของสถาปัตยกรรมจีนปรากฏอยู่ด้วย แสดงให้เห็นพระอัจฉริยะและพระปรีชาสามารถของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและฝีมือของคณะช่างผู้ออกแบบก่อสร้าง พระนครคีรีจึงมีคุณค่าและมีความสำคัญที่ควรอนุรักษ์และรักษาไว้ ทั้งนี้กรมศิลปากรได้สำรวจและประกาศขึ้นทะเบียนพระนครคีรีเป็นโบราณสถานของชาติ ในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 52 ตอนที่ 78 วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 และในปี พ.ศ. 2496 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงมีพระราชดำริให้พระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์และพระที่นั่งปราโมทย์มไหสวรย์เป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนครคีรี เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2522

ปัจจุบันนี้พระนครศรีไ้รับการประกาศให้เป็นอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี เพื่อการศึกษาหาความรู้ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปกรรม และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เสด็จพระราชดำเนินแทนพระองค์ทรงประกอบพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2532

ศิลปกรรมบนพระนครศรี

เมื่อกล่าวถึง “เขาวัง” ทุกคนย่อมนึกถึงสิ่งคู่บ้านคู่เมืองเพชรบุรีมาหลายชั่วอายุคน เขาวังหรือชื่อที่เรียกเป็นทางการว่า “พระนครศรี” จะเป็นสิ่งแรกที่ชาวเพชรบุรี หรือผู้ที่มาถึงเพชรบุรีเห็นโดดเด่นเป็นสง่าบนภูเขาสีเขียวด้วยแมกไม้ตัดกับท้องฟ้าสีครามและบุยเมฆขาว สถานที่แห่งนี้นับว่าเป็นความภาคภูมิใจของชาวเพชรบุรี เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงเกียรติประวัติของเมืองเพชรบุรีว่า เคยเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์ไทยในอดีต

เขาวังเป็นสถานที่ตั้งของพระนครศรี ซึ่งเป็นหมู่พระราชวังที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นบน “เขาสมณ” หรือ “เขามหาสวรรค์” หรือ “เขาวัง” อันเป็นชื่อที่ชาวเมืองเพชรบุรีคุ้นเคยกันดี เดิมมีชื่อว่า “เขาศิริ” เมื่อมีผู้สร้างวัดขึ้นที่ไหล่เขาแห่งนี้ในสมัยกรุงศรีอยุธยา และตั้งชื่อว่า “มหาสมณ” จึงเรียกเขาลูกนี้ตามชื่อของวัดที่สร้างใหม่

เมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนินมาที่เมืองเพชรบุรี และทรงพอพระราชหฤทัยในบรรยากาศของธรรมชาติบนเขาแห่งนี้ จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้นเพื่อเป็นที่สำหรับแปรพระราชฐานมาประทับพักผ่อนพระราชอิริยาบถ โดยมีสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) เป็นแม่กองในการก่อสร้าง และเมื่อก่อสร้างเสร็จแล้วโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า “พระราชวังพระนครศรี” ส่วนเขาลูกนี้ก็ได้พระราชทานนามให้ใหม่ว่า “เขามหาสวรรค์” เขาลูกนี้มีความสูง 92 เมตร มีทั้งหมด 3 ยอด ยอดซึ่งเป็นที่ตั้งพระราชวัง คือ ยอดทางทิศตะวันตกของเมืองเพชรบุรี ส่วนยอดกลางนั้นเป็นที่ตั้งของพระธาตุจอมเพชร อีกยอดหนึ่งที่อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเมืองเพชรบุรี เป็นที่ตั้งของวัดพระแก้ว (น้อย) ทั้งพระธาตุจอมเพชรและวัดพระแก้ว (น้อย) เป็นของเก่าแก่ที่มีมาแต่เดิม แต่มาบูรณะใหม่ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว คราวเดียวกับที่โปรดเกล้าฯ สร้างพระราชวังพระนครศรี ขึ้นใน พ.ศ. 2402 โดยมีหมู่พระราชวังดังนี้

1. พระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ เป็นพระที่นั่งองค์ใหญ่ แบ่งเป็น 6 ห้อง คือ ห้องโถงสำหรับเสด็จออกขุนนาง ห้องพระบรรทม ห้องทรง ห้องทรงพระบังคน ห้องแต่งพระองค์ และห้องเสวย จึงยังคงมีเครื่องราชูปโภคอยู่ที่พระที่นั่งแห่งนี้อีกหลายอย่าง เช่น เหยือกน้ำ อ่างกระเบื้องทรงพระพักตร์ จาน ชาม ต่าง ๆ ปัจจุบันพระที่นั่งองค์นี้ได้ถูกจัดเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร

2. พระที่นั่งปราโมทย์มไหสวรรค์ เป็นพระที่นั่ง 2 ชั้น ลักษณะคล้ายเก๋งจีนอยู่ติดพระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ เป็นที่ประทับของพระบรมราชินี ภายในห้องบรรทมชั้นบนยังมีพระแท่นบรรทมปรากฏอยู่

3. พระที่นั่งเวชยันต์วิเชียรปราสาท เป็นปราสาทสูง 7 วา ตั้งอยู่ใกล้พระที่นั่งปราโมทย์มไหสวรรค์ สร้างไว้ตามขัตติยราชประเพณี เพื่อให้พระนครศรีบริรักษ์เทียบเสมอด้วยพระบรมมหาราชวัง ภายในปราสาทองค์นี้ประดิษฐานอยู่ ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

4. พระที่นั่งราชธรรมสภา เป็นพระที่นั่งชั้นเดียวกว้างขวาง ใช้เป็นที่สนทนาสาธยายธรรม ตลอดจนเป็นที่ประชุมในราชกิจส่วนพระองค์ ยังปรากฏมีที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไว้สักการบูชาด้วย

5. ตำหนักสัณฐานคารสถาน เป็นตำหนักสำหรับรับรองแขกเมือง พร้อมห้องรับแขกและห้องนอน อยู่ใกล้กับพระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ มีมุขยื่นออกไปสำหรับทอดพระเนตรโขนละคร โรงโขนอยู่ห่างตำหนักประมาณ 5 วา ปัจจุบันใช้เป็นสถานที่ตั้งหอสมุดแห่งชาติ สาขาพระนครศรีบริรักษ์

6. หอพิฆานเพชรมเหศวร เป็นหอเล็กบนเนินเขาเล็ก ๆ หน้าพระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ ในหอประดิษฐานพระพุทธรูป และมีห้องเล็ก ๆ สำหรับบรรทม เพื่อปฏิบัติอุโบสถศีลในวันธรรมสวนะ มีหอเล็ก ๆ ข้างหน้าอีก 2 หอ หอซ้ายมือใช้เป็นที่พักผ่อนสังคีตเวลาประกอบพิธีกรรม หอขวามือเป็นที่บวงสรวงเทพารักษ์

7. หอจตุเวทปริตพัณณ์ หอนี้ใช้เป็นศาลาการเปรียญ มีแท่นอาสนสงฆ์และธรรมาส์เทศน์ ก่ออิฐถือปูน ตั้งอยู่ใกล้พระอุโบสถวัดพระแก้ว (น้อย) เป็นสถานที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล สดับพระธรรมเทศนาในวันธรรมสวนะ

8. หอชัชวาลเวียงชัย อยู่ติดพระที่นั่งราชธรรมสภา เป็นรูปทรงกลม สูงประมาณ 10 วา หลังคาเป็นรูปโดมทำด้วยกระจก ชาวเมืองเรียกว่า “กระโจมแก้ว” มีบันไดเวียนภายในขึ้นข้างบน ใช้เป็นที่ประทับทอดพระเนตรดูดาวในตำราดาราศาสตร์และโหราศาสตร์ ภายในโดมห้อยโคมไฟไว้ มองเห็นได้ระยะไกลจากทะเล ด้านข้างมีเสาสูง 10 วา สำหรับชักธงมหาราชประจำพระองค์ขึ้นขณะประทับแรม

นอกจากนี้ ยังได้ทรงสร้างพระเจดีย์ขนาดใหญ่ และวัด เพื่อให้พระนครศรีบริรักษ์มีสภาพเทียบพระบรมมหาราชวัง คือ

1. เจดีย์พระธาตุจอมเพชร ตั้งอยู่บนยอดเขาทางด้านใต้ของพระราชวัง สูงประมาณ 20 วา เดิมเป็นเจดีย์เก่า โปรดเกล้าฯ ให้บูรณะและเสริมให้สูงขึ้นตามแบบเจดีย์ในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีพระบรมสารีริกธาตุบรรจุไว้ภายในองค์เจดีย์

2. วัดพระแก้ว (น้อย) เป็นพระอุโบสถย่อส่วน ฝาผนังประดับหินอ่อน หลังคามุงกระเบื้องสี ช่อฟ้า ใบระกาประดับด้วยกระจกสี ที่หน้าบันปูนปั้นเป็นลวดลายกนก ตรงกลางมีรูปพระมหามงกุฏ และฉัตรสองข้าง ซึ่งเป็นตราประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

ส่วนอาคารต่าง ๆ ที่ยังหลงเหลือให้เห็นถึงปัจจุบัน ประกอบไปด้วย

1. ราชวัลลภาคาร อยู่ซ้ายมือทางขึ้น เป็นที่พักของมหาดเล็ก
2. โรงม้า และโรงรถ อยู่ทางขวามือและซ้ายมือทางขึ้นลาดเขา
3. ศาลาลูกขุน อยู่ทางขวามือทางขึ้น เหนือโรงรถ ใช้เป็นที่ประชุมลูกขุนที่ตามเสด็จ
4. ศาลาด่านหน้า อยู่ทางขวามือทางขึ้น เป็นที่พักนายด่านตรวจตรา
5. ศาลาเย็นใจ อยู่ทางแยกซ้ายมือทางขึ้น เป็นที่พักผ่อน
6. โรงมหรสพ หรือโรงโขน ตั้งอยู่ขวามือทางขึ้น เหนือศาลาด่านหน้า ก่อเวทีเป็นรูปพระจันทร์เสี้ยว มีกำแพงทึบกันกลาง มีประตู 2 ข้าง หลังจากเป็นที่แต่งตัว และที่พักของพวกโขนละคร หน้าเวทีเป็นลานดินกว้างให้ประชาชนนั่งชม
7. ทิมดาบองครักษ์ อยู่เหนือโรงโขนขึ้นไป เป็นที่พักขององครักษ์เวร
8. โรงสุทกรรม เป็นโรงครัว ทำอาหารเลี้ยงข้าราชการ
9. ศาลาด่านหลัง อยู่ริมทางแยกไปวัดพระนอน เป็นที่พักนายด่านตรวจตราเช่นกัน
10. ศาลาทศานักขัตฤกษ์ อยู่ทางไหล่เขาทิศตะวันออก เป็นศาลาที่ประทับ

ทอดพระเนตรการกีฬา

11. ศาลาพักร้อน อยู่ขวามือทางขึ้น มีพญานาคให้น้ำทางปาก เป็นน้ำดื่มสาธารณะ อาคารสถานที่ต่าง ๆ บนเขาวัง ก่อสร้างขึ้นตามรูปแบบสถาปัตยกรรมตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลต่อราชสำนักสมัยรัชกาลที่ 4 และสถาปัตยกรรมจีนที่นิยมต่อกันมาจากสมัยรัชกาลที่ 3 นับเป็นเอกลักษณ์แห่งยุคสมัยที่น่าชื่นชม ทั้งยังมีข้อมูลประวัติศาสตร์ให้เยาวชนคนรุ่นหลังศึกษาค้นคว้าจนได้รับการยกย่องเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครคีรี (เขาวัง)

สินค้าประจำจังหวัดเพชรบุรี

ขนมเมืองเพชร ชาวเมืองเพชรบุรีเป็นผู้มีฝีมือในการทำขนม เพราะวัตถุดิบในการทำขนมที่มีคุณภาพเยี่ยม ล้วนหาได้ในเมืองเพชรบุรี เช่น น้ำตาลโตนดใหม่ ๆ รสชาติหวานหอม มาจากบ้านลาด แป้งมาจากข้าวซึ่งมีปลูกทั่วไป ไข่มาจากบ้านแหลมและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นแหล่งเลี้ยงเปิดด้วยเปลือกหอยป่น และปลาเปิด (ปลาเล็กปลาน้อย) จึงได้ไข่แดงที่แดงสวย และมันอร่อย มะพร้าวได้มาจากอำเภออัมพวาหรืออำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งอยู่ไม่ไกล ดังนั้นจึงเป็นธรรมดาที่ในเมืองเพชรบุรี มีวัตถุดิบในการทำขนมอย่างครบครัน ชาวเพชรบุรีจึงย่อมที่จะพัฒนาวิธีการทำขนมและพัฒนาสูตรพิเศษจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้ก้าวหน้าโดยไม่หยุดยั้ง

ขนมเมืองเพชรบุรีมีมากมายหลายชนิด สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. **ประเภทบดและปั้น** ได้แก่ ข้าวตูบ และข้าวเม่าบด
2. **ประเภทเชื่อม** ได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน มันเทศ ฝานบางเชื่อม ข้าวเหนียวแก้ว ฟักเชื่อม พุทราจีนเชื่อม สาเกเชื่อม มะตูมเชื่อม จาวตาลเชื่อม มันสำปะหลังเชื่อม มะยมเชื่อม
3. **ประเภทหึ่ง** ได้แก่ ขนมตาล ขนมขี้หนู ขนมสาลี สังขยา ข้าวเกรียบงา ขนมชั้น ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ
4. **ประเภทกวน** ได้แก่ เผือกกวน ถั่วกวน ตะโกชนิดต่าง ๆ วันชนิดต่าง ๆ กะละแม พุทรากวน มะยมกวน กล้วยกวน มะขามกวน ข้าวฟ่างกวน สับปะรดกวน มะม่วงกวน อาลัวและข้าวเหนียวแดง
5. **ประเภทอบและผิง** ได้แก่ ขนมหม้อแกง ขนมบ้าบิ่น ขนมผิง กลีบลำดวน
6. **ประเภทต้มและเปียก** ได้แก่ กล้วยบวชชี ถั่วดำต้มน้ำตาล เต้าส่วน ขนมโค
7. **ประเภทแช่อิ่ม** ได้แก่ มะดันแช่อิ่ม มะขามแช่อิ่ม กระเจี๊ยบแช่อิ่ม มะม่วงแช่อิ่ม
8. **ประเภทฉาบ** ได้แก่ กล้วยฉาบ มันเทศฉาบ เผือกฉาบ

นับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ขนมเมืองเพชรที่จัดว่าเป็นขนมยอดนิยมมีอยู่ 3 อย่าง คือ ขนมขี้หนู ข้าวเกรียบงา และขนมหม้อแกง อย่างไรก็ตามขนมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันคือ “ขนมหม้อแกง” เพราะเมื่อพูดถึงขนมเมืองเพชร ทุกคนต้องนึกถึงขนมหม้อแกง จนขนมชนิดนี้กลายเป็นสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของเมืองเพชรไปแล้ว

ขนมหม้อแกง เป็นขนมพื้นบ้านของเมืองเพชรบุรี ประมาณกว่า 40 ปีมาแล้ว ผู้บุกเบิกขนมหม้อแกง คือ นางปิ่น พูลสวัสดิ์ เจ้าของร้านขนมเชื่อมแม่ปิ่น เดิมเริ่มจากการหาขนมหม้อแกงขายเพียงเล็กน้อยก่อน ต่อมาเมื่อผู้ว่าจ้างทำขนมหม้อแกงในงานต่าง ๆ มากขึ้น จึงเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ต่อมามีคนนิยมบริโภคมากขึ้น จึงขยายกิจการใหญ่โตขึ้นตามลำดับ

ปัจจุบันนี้ขนมหม้อแกงเป็นขนมที่มีรสหวานมันกลมกล่อมชวนกินจึงมีผู้เรียกว่า “ขนมเค้กไทย” นับเป็นของฝากที่นิยมมากกว่าสินค้าประเภทอื่น เพราะสะดวกเก็บค้างคืนได้ ถาดหนึ่ง ๆ รับประทานได้หลายคน ราคาประมาณถาดละ 30 บาท

ส่วนผสมของขนมหม้อแกง ประกอบด้วย ไข่ขาว น้ำตาลโตนด กะทิ ผสมกับเผือกที่สุกแล้วแล้วยีให้ละเอียด แต่จะใช้ถั่วเขียวหรือเมล็ดบัวแทนก็ได้ การทำขนมหม้อแกงนิยมทำควบคู่กับขนมฝอยทองหรือทองหยอด เพราะขนมสองอย่างนี้ใช้ไข่แดงล้วน ส่วนขนมหม้อแกงใช้ไข่ขาวเพียงอย่างเดียว เมื่อผสมไข่ขาวกับน้ำตาลเข้ากันแล้ว จึงผสมหัวกะทิกับเผือกที่ยีเรียบร้อยแล้วให้เข้ากัน จากนั้นนำไปใส่ถาดผิบบนถาดไฟจนกระทั่งเนื้อขนมขึ้นเข้ากันแล้ว จึงเติมหัวกะทิบนหน้าขนม พร้อมทั้งลดไฟตอนล่างแล้วใส่ไฟผิงตอนบนแทนใช้ไฟอ่อน ๆ หน้าขนมจึงจะสวยสมัยก่อนนิยมใช้กาบมะพร้าวเป็นเชื้อเพลิง การผิงขนมใช้เวลาประมาณ 45 นาที จึงจะสุกรับประทานได้

ขนมหม้อแกงในปัจจุบันมีความแตกต่างจากขนมหม้อแกงของเดิมอยู่บ้าง เช่น ของเดิมมีหอมเจียวโรยหน้า เนื้อขนมไม่เป็นชั้น ๆ เพราะตอนผิงไฟใช้ถาดขนาดใหญ่ คนต้องใช้พายคนอยู่จนได้ที่จึงหยุด ขนมจึงเป็นเนื้อเดียวกัน ต่อมาเมื่อนำขนมหม้อแกงบรรจุในถาดขนาดเล็กและนำเข้าผิงในเตาอบ บางครั้งอาจหนึ่งเสียครึ่งหนึ่งก่อนแล้วจึงนำมาผิงในเตาอบ แต่ถึงอย่างไรก็ยังคงอร่อยเหมือนเดิม เพราะมีส่วนผสมแบบเดียวกัน

เคล็ดลับความอร่อยของขนมหม้อแกงอยู่ที่คุณภาพของส่วนผสม เช่น จะต้องเลือกเผือกที่สดและใหม่ น้ำตาลและมะพร้าวต้องดีไม่มีกลิ่น กะทิก็ต้องข้นและสดเสมอ การผสมไข่กับน้ำตาลต้องใช้เวลาให้พอเหมาะ มิฉะนั้นเวลาผิงไฟ ไข่จะขึ้นเนื้อขนมรับประทานไม่อร่อย สำหรับไฟที่ผิงก็ต้องปรับความร้อนให้พอเหมาะด้วยเช่นกัน การทำขนมหม้อแกงจึงนับเป็นงานที่ต้องอาศัยทักษะความชำนาญอยู่มาก ปัจจุบันนี้มีให้เลือกหลายรส ทั้งหม้อแกงไข่ หม้อแกงเผือก หม้อแกงถั่ว หม้อแกงเม็ดบัว ฯลฯ

นอกจากขนมหวานเมืองเพชรดังที่กล่าวมาแล้วเพชรบุรี ยังมีอาหารเลื่องชื่อที่นักท่องเที่ยวส่วนมากอยากลิ้มลอง อาทิ เช่น ข้าวแช่เมืองเพชร ซึ่งเป็นอาหารประจำหน้าร้อน ทำจากข้าว เมล็ดสวดยต้มจนขาวสะอาด แช่อยู่ในน้ำอบดอกไม้มหอม ลอยน้ำแข็งเย็นชื่นใจ รับประทานกับลูกกะปิ ปลาเยีสนหวาน หัวไชโป้วหวาน น้ำตาลปี๊บปั่นซุบไข่ทอด ขนมจิ้นทอดมัน ซึ่งก็คือ ขนมจิ้นธรรมดาทอดหน้าด้วยทอดมันปลากราย และน้ำจิ้มทอดมัน คนเมืองเพชรนิยมรับประทานเป็นอาหารเช้า หรือทานเล่นก่อนอาหารจานหลักทั่วไป

ชมพูเพชร เป็นผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งชาวเพชรบุรีมีความภาคภูมิใจ โดยเฉพาะรสชาติที่หวานกรอบ อร่อย แตกต่างไปจากชมพูพันธุ์อื่น ๆ หรือแม้แต่จะนำพันธุ์ของชมพูเพชรไปปลูกที่อื่น คุณภาพก็จะไม่ดีเท่ากับปลูกที่เมืองเพชรบุรี ดังนั้นการปลูกชมพูเพชรจึงทำรายได้ให้แก่เกษตรกรจำนวนมาก

ชมพูเพชรนับเป็นผลไม้เศรษฐกิจของเมืองเพชรบุรี ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เพราะมีรสหวานกรอบอร่อยและมีผลโต จึงทำรายได้ให้แก่จังหวัดจำนวนมาก ปัจจุบันหากนำพันธุ์ชมพูเพชรไปปลูกที่อื่น มักจะกลายพันธุ์รสชาติด้อยกว่าปลูกในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ด้วยเหตุนี้ชมพูเพชรจึงเป็นผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองเพชรบุรี ซึ่งยังคงมีความโดดเด่นในรสชาติและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

ชมพูเพชรมีราคาค่อนข้างแพง เริ่มให้ผลผลิตในช่วงเดือนธันวาคม – มกราคม จนถึงปลายเดือนพฤษภาคมต่อเข้าฤดูฝน ก่อนเวลาดังกล่าว อาจมีชมพูออกทวายเป็นบางกิ่งจะขายได้ราคาดี ไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 200 บาท ชมพูเพชรปลูกมากบริเวณสองฝั่งแม่น้ำเพชรบุรี ตั้งแต่ตอนใต้ของตัวเมืองลงมา และยังมีการปลูกกระจายไปอีกหลายแห่งของจังหวัด นอกจากนี้ ยังมีผู้นำพันธุ์กิ่งตอนชมพูเพชรไปปลูกในจังหวัดอื่นด้วย แต่รสชาติอาจด้อยลงไปบ้าง ซึ่งมักจะขนานนามแตกต่างกันไป เช่น ชมพูหวานพันธุ์เพชร ชมพูเขียวสวย ชมพูสายน้ำผึ้ง ชมพูสายรุ้ง เป็นต้น

ลักษณะของชมพูเพชร เกิดจากการผสมระหว่างชมพูแดงและชมพูเขี้ยว ที่เรียกว่าชมพูกะหลาป่า ซึ่งเป็นพันธุ์ดั้งเดิมของอินโดนีเซีย ด้วยเหตุนี้ชมพูเพชรจึงมีสีสันสวยงาม คือสีเขี้ยวอมชมพู มีรสหวานจัด เนื้อแข็งกรอบ นับเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะที่โดดเด่นเป็นของชมพูเพชร

ชมพูเพชรมีลำต้นใหญ่ สูงประมาณ 15-20 เมตร ลำต้นขรุขระไม่ตรง ใบใหญ่ ดอกเป็นช่อสีขาว ซึ่งเป็นดอกชนิดสมบูรณ์ ผลลักษณะคล้ายระฆังหรือทรงจอมแห เมื่อผลแก่จัดมีเส้นสีแดงและเส้นสีเขี้ยว เนื้อภายในสีขาว แข็งกรอบ มีเมล็ดข้างใน 1 – 3 เมล็ด ถ้ามีรูปทรงเป็นทรงจอมแหจะมีเมล็ดข้างในเพียงเมล็ดเดียว หรืออาจจะไม่มีเมล็ดเลย แต่ถ้าเป็นทรงระฆังจึงจะมีเมล็ด

ชมพูเพชรแก่จัดจะมีสีเข้ม รสหวาน กรอบอร่อย เนื้อแน่น หากมีเมล็ดข้างในจะมีสีดำจัด กล่าวกันว่าบริเวณชายฝั่งแม่น้ำเพชรบุรีทั้งสองฝั่ง นับตั้งแต่ใต้สะพานรถไฟไปจนถึงใต้วัดทองเหนือวัดกุฎีขึ้นมา นับว่าเป็นแหล่งผลิตชมพูเพชรที่ดีที่สุด โดยเฉพาะแถบใกล้วัดขุนตรา วัดชมพูพน และวัดสิงห์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

โบธา (Botha. 1981:783-784) ได้ทำการศึกษาในเรื่องการบริหารอุทยานและนันทนาการสำหรับชุมชนในแอฟริกาใต้ โดยสอบถามนักท่องเที่ยวในวนอุทยานในแอฟริกาใต้โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน พบว่า การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกมีปัญหาในด้านของงบประมาณมีจำกัดในแต่ละอุทยาน และถ้าอุทยานใดมีงบประมาณน้อยก็จะส่งผลให้อุทยานแห่งนั้นมีคุณภาพต่ำไปด้วย ดังนั้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวควรมีมาตรการในการแก้ไขตามความเหมาะสม เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับปริมาณของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ การเพิ่มค่าธรรมเนียมต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการลงทุนของเอกชน เป็นต้น

เฮนดี้; และคณะ (Hendee : et al. 1984:60-64) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 140 คน ที่ไปท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าแถบตะวันตกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา 3 แห่ง โดยสอบถามและสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 40 เห็นด้วยกับการจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าไปท่องเที่ยวป่า เพื่อจะได้มีเงินไปใช้ในการพัฒนา เพื่อการบริการ บำรุงรักษา แต่ในเรื่องการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้เอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อพัฒนา มีความเห็นด้วยน้อย มีประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น และเห็นด้วยกับการลดผลกระทบในพื้นที่ โดยกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่า

ลาสคูเรน (Lascurain. 1998:111-112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวร็อคซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวน 240 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผล คือ ความรู้เชิงอนุรักษ์ การได้และการให้คุณค่าต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เจดริชแซ็ค; และคณะ (Jedrzejczak ; et al. 2004:online) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหาดทรายอย่างยั่งยืน โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดแถบทะเลบอลติกและทะเลไชเรเนียน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ความหลากหลายทางชีวภาพของหาดทรายเดียวที่มองเห็นได้ชัดเจน คือ สิ่งมีชีวิตและสภาพภูมิศาสตร์มีความหลากหลาย แต่มีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อยที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว ส่วนนักท่องเที่ยวร้อยละ 80 ไม่สนใจเรื่องดังกล่าว ส่วนนักท่องเที่ยวร้อยละ 90 ที่เลือกพักอยู่ในระยะที่ไม่เกิน 200 เมตรจากลานจอดรถให้ความสำคัญกับความปลอดภัย โดยไม่ได้สนใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพของหาดทรายมากนัก ผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่สนใจความยั่งยืนของชายหาดมากนัก และไม่ได้ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางชีวภาพแต่อย่างใด หากต้องการเพียงแค่ได้สัมผัสกับหาดทรายยาว มีนกและเกลียวคลื่น โดยไม่ถูกรบกวนจากผู้ใดเท่านั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ใส่ใจหรือเห็นความสำคัญของการร่วมพัฒนาชายหาดให้มีความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อความยั่งยืนของชายหาดในระยะยาว

กระทรวงการท่องเที่ยว สาธารณรัฐมัลดีฟส์ (Ministry of Tourism, Republic of Maldives. 2004:online) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวประจำปี 2004 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่มัลดีฟส์ และศึกษาแบบแผนการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในระหว่างท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งผลสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกมัลดีฟส์เป็นจุดหมายปลายทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวทางทะเลเป็นหลัก ทั้งนี้ร้อยละ 30 ของกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์นี้เป็นกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการอันนินนุ นอกเหนือกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล สปา และกิจกรรมเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยที่ดึงดูดในนักท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับผลการสำรวจในปี 1999 ส่วนผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวพบว่า การให้บริการของสนามบินอยู่ในระดับดี มีความพึงพอใจในระดับมากต่อบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในเมือง Male ซึ่งเป็นเมืองหลวงของมัลดีฟส์และมีความเห็นว่า บริการที่ได้รับมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป โดยร้อยละ 95 จะแนะนำให้คนรู้จักเดินทางมาเที่ยวมัลดีฟส์

งานวิจัยในประเทศ

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่ อายุ 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.20 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือต่ำกว่าอนุปริญญา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ 24,000 – 37,999 บาท รองลงมาคือระดับรายได้ 10,000-23,999 บาท โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สมรส และพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุกด้านโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ในข้อจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดไม่แตกต่างกัน

3. ทักษะด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01 ตามลำดับ ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

จุฑามาศ จันทรัตน์ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย พบว่านักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางเพื่อการเรียนรู้และการเดินทางไปต่างประเทศเพราะเห็นเป็นความพิเศษการเลือกการเดินทางไปต่างประเทศแรงดึงดูดคือ การเดินทางและคมนาคมสะดวกและพบว่าความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทางไปต่างประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยมีสูงกว่าการเดินทางภายในประเทศมีจุดเด่นที่ควรสนับสนุนต่อไป คือ ราคาสินค้า และบริการที่ถูกกว่า และความมีน้ำใจของคนไทย การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องส่งเสริมสนับสนุนต่อไป อย่างไรก็ตามการวิจัยพบข้อบกพร่องในการเดินทางภายในประเทศหลายประการ โดยเฉพาะการคมนาคมที่ไม่สะดวกและต่อเนื่อง

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร คือ รายได้ของครอบครัว นักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทาง โดยรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนรูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว คือ รูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง แต่เมื่อพิจารณาในกรอบเวลาที่ลดลง พบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญลดลง และมีปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ ฤดูกาลและขนาดของครอบครัว สำหรับตัวแปรอื่น ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์

พิษณุ วิญญู (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า คุณภาพในการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการให้บริการกับราคาค่าบริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าด้านอื่น นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญในคุณค่าของเงิน จึงต้องการให้ได้รับความคุ้มค่ามากที่สุด ในจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป

วิธีณี วรรณสกล (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงเรื่องการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่าง ๆ ต่างกัน อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติต่างกัน

บรรจบพร สุนทรรัตนกุล (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่าผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศ ด้านกายภาพ ด้านบรรยากาศด้านจิตใจ ด้านบรรยากาศประกอบอื่นๆ และด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ด้านบรรยากาศ ด้านกายภาพ ประเภทที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ แพพัก งานประเพณีและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจคือ งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี คือ รถยนต์ส่วนตัว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ น้ำตกเอราวัณและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จุดที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ด้านบรรยากาศด้านจิตใจ พบว่ามูลเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด คือ ความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ด้านบรรยากาศ

ประกอบอื่นๆ พบว่า แหล่งข้อมูลของจังหวัดกาญจนบุรี ที่นักท่องเที่ยวได้รับคือ ประสบการณ์จากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสินค้าที่ระลึก ของฝาก มีความเหมาะสม ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ เล่นน้ำตก ด้านส่วนผสมทางการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขาวัง หาดเจ้าสำราญ และนิยมพักค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน ญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี และพิจารณาให้ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภูมิภวณามีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

เกิตศิริ เจริญวิศาล ; และจุฑามาศ จันทรรัตน์ (2542 : 18-23) ได้ศึกษา ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศ เพราะต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด และอีกสองเหตุผลหลักที่พบ คือ การเดินทางเพื่อไปเรียนรู้และการเดินทางไปต่างประเทศ เพราะเห็นเป็นความพิเศษ ในการเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูด คือ การเดินทาง การคมนาคมที่สะดวก มีความสะอาดและมีความปลอดภัยสูงกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนการเดินทางภายในประเทศไทยมีจุดเด่นที่ควรสนับสนุนต่อไป คือ ราคาสินค้าและบริการซึ่งถูกกว่าความมีน้ำใจของคนไทย และการท่องเที่ยวทางทะเลก็เป็นอีกปัจจัยที่ควรส่งเสริมสนับสนุนต่อไป อย่างไรก็ตาม การวิจัยพบข้อบกพร่องในการเดินทางภายในประเทศหลายประการ โดยเฉพาะการคมนาคมที่ไม่มีความสะดวกต่อเนื่อง

กัลยา สมมาตย์ (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน

ทำบุญไหว้พระ ถ้าพักค้างคืนจะนิยมพักตามบ้านญาติหรือเพื่อนและโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางได้แก่ รถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

สุพรรณา หัศภาค (2545: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่” โดยทำการศึกษาปัจจัย 6 ประการ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยอื่น ๆ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาได้แก่ ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทุกเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีทั้งสิ้น โดยไม่พบว่า มีกลุ่มใดให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวมากนัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ

นิภาพร หนูอักษร (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยกับข้อความในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านการบริหารจัดการโดยทั่วไป ในระดับมาก ในขณะที่มีความคิดเห็นด้วยกับข้อความในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านบุคลากรในระดับปานกลาง

พัชรภา ลากลิ้อย (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มากกว่าเพศชายส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือปวช. อาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มีความคล้ายคลึงกัน โดยพบว่าส่วนใหญ่ต้องการพักผ่อนเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีโอกาสท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารของ

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่า ตลาดน้ำท่าคา และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาอยู่ในระดับมาก โดยด้านการจัดการทรัพยากร พบว่านักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นมากที่สุด ส่วนตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนตลาดน้ำมากที่สุด และด้านการจัดการการบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญในประเด็นเดียวกัน คือ ผู้ขายควรมีธรรมาภิบาลที่ดีและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาสูงกว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและให้ความสำคัญกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในตลาดน้ำมากที่สุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว เพื่อน/เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีอายุมาก การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน และความคาดหวังต่อการจัดการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

ไพฑูรย์ ปานทอง (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและด้านมนุษย์สร้างขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาด ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับอายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในต่างประเทศและในประเทศสรุปได้ว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการจะสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ มีประเพณี วัฒนธรรมตลอดจนมีความเป็นเอกลักษณ์และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความสวยงามของสถานที่ ดังนั้นผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นประโยชน์และแนวทางในการปรับปรุงการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเดินทางท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยาอีกครั้งหนึ่ง พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากสถิติการขายตั๋วเข้าชมของที่ทำการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในระยะเวลา 3 เดือน พบว่า

- เดือนตุลาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	112,336	คน
- เดือนพฤศจิกายน	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	98,247	คน
- เดือนธันวาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	121,925	คน

รวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วง 3 เดือน จำนวน 332,508 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยา ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเปรียบเทียบของเครจซี่ ; และมอร์แกน (Krejcie ; & Morgan.1970:607 – 610) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรจำนวน 332,508 คน ได้เท่ากับ 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวพระนครศรีอยุธยา (นิภาพร หนูอักษร. 2548 :51)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเป็นรายข้อให้ครอบคลุมครอบคลุมความมุ่งหมาย
2. สืบหาปัญหาเบื้องต้นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว เพื่อรวบรวมข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
3. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของ ล้วน สายยศ ; และอังคณา สายยศ (2536 : 136 - 143)
4. รวบรวมสาระเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้จากเอกสารงานวิจัยและการสัมภาษณ์เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามโดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย

5. สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน
6. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขความถูกต้องและให้คำแนะนำ
7. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจของแบบสอบถาม และนำค่าคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยจะคัดเลือกแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า .50 ขึ้นไป
8. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้
9. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
10. นำแบบสอบถามที่ได้นำไปทดลองใช้แล้ว มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 เกินด้วยตนเองและได้แบบสอบถามคืนมาครบ 100%
11. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความเห็นชอบ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
12. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของยังนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามพร้อมหนังสือของมหาวิทยาลัย ไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี พร้อมทั้งแจ้งจุดประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ให้นักท่องเที่ยวทุกท่านได้ทราบ
3. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้วยตนเอง พร้อมเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาในเวลานั้นได้แบบสอบถามมาครบ 100% หลังจากนั้นได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปประมวลผล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้คืนมา ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์ความสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามขั้นตอน
2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 75)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ทั้งรายด้านและในภาพรวม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t – test) จำแนกตาม เพศ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้ค่าสถิติของ เชฟเฟ (Scheffe)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1. ค่าร้อยละ

1.2. ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด

1.3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนรวมทั้งหมด

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตร (ล้วน ; และอังคณา สายยศ. 2538: 200)

$$\infty = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	∞	แทน	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้ง ฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1. การเปรียบเทียบปัญหาหระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
ใช้ t – test โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์: 2541 : 173)

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

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา
	x 1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1
	x 2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มเป้าหมายที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มเป้าหมายที่ 2
	n_1	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ที่ 1
	n_2	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ที่ 2
	df	แทน	ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนร่วม

3.2. เปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ล้วน ; และอังคณา สายยศ. 2538 : 113)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3. ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้ Scheffe' Test for Multiple Comparisons. ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ (ล้วน; และอังคณา สายยศ. 2538 : 115)

$$CVD = \sqrt{(K - 1)(F^*)(MS_w)\left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}\right)}$$

เมื่อ	K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	F^*	แทน	ค่า F ที่เปิดจากตาราง
	MS_w	แทน	ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม
	n_i, n_j	แทน	จำนวนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตัวอย่างต่างๆ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	= จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	= คะแนนเฉลี่ย
S.D.	= ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	= ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	= ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
df	= ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	= ผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	= ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of squares)
P	= ค่าความน่าจะเป็น (Probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยวิเคราะห์จำนวนและค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายด้านและรายข้อ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที่ (t – test) จำแนกตามเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยวิเคราะห์จำนวนและค่าร้อยละ ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1. ชาย	98	49.00
1.2. หญิง	102	51.00
รวม	200	100.00
2. อายุ		
2.1. ต่ำกว่า 20 ปี	55	27.50
2.2. 20 – 29 ปี	53	26.50
2.3. 30 – 39 ปี	44	22.00
2.4. 40 – 49 ปี	33	16.50
2.5. 50 ปีขึ้นไป	15	7.50
รวม	200	100.00
3. อาชีพ		
3.1. นักเรียน / นักศึกษา	79	39.50
3.2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	21.50
3.3. พนักงานบริษัทเอกชน	27	13.50
3.4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	51	25.50
รวม	200	100.00
4. รายได้ต่อเดือน		
4.1. ไม่เกิน 10,000 บาท	125	62.50
4.2. 10,001 – 20,000 บาท	48	24.40
4.3. มากกว่า 20,000 บาท	27	13.50
รวม	200	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งอายุต่ำกว่า 20 ปี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท.

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายด้านและรายข้อดังตาราง 2 - 7

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.12	0.43	มาก
ด้านบุคลากร	3.47	0.73	ปานกลาง
ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.54	0.58	มาก
ด้านมูลเหตุจูงใจ	3.87	0.49	มาก
รวม	3.75	0.43	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมและรายข้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.48	0.60	มาก
2. พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์	4.39	0.59	มาก
3. ได้รับความรู้ด้านสถาปัตยกรรมและศิลปะแขนงต่างๆจากพระนครศรีอยุธยา	4.11	0.72	มาก
4. สภาพธรรมชาติบริเวณโดยรอบของพระนครศรีอยุธยามีความสวยงามร่มรื่น	3.94	0.81	มาก
5. มีการพัฒนา ปรับปรุง ตกแต่ง อาคารต่าง ๆ รวมทั้งพระราชวังได้อย่างสวยงามและกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ	3.86	0.80	มาก
6. สภาพเส้นทางเดินเพื่อการศึกษา หรือเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีความสะดวกปลอดภัย	3.72	0.80	มาก
7. บริเวณจุดชมวิวนครศรีอยุธยา สามารถมองเห็นตัวเมืองเพชรได้อย่างชัดเจน	4.28	0.82	มาก
8. พระนครศรีอยุธยา มีความสงบ อากาศสดชื่น เหมาะแก่การพักผ่อน หย่อนใจ	4.22	0.79	มาก
รวม	4.12	0.43	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัด เพชรบุรี ด้านบุคลากร โดยรวมและรายข้อ

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
9. มีมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ อย่างพอเพียง	3.35	1.05	ปานกลาง
10. เจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยามีความเป็นมิตรไมตรี	3.53	0.89	มาก
11. เจ้าหน้าที่มีความรู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง	3.63	0.99	มาก
12. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.33	0.95	ปานกลาง
13. เจ้าหน้าที่แต่งเครื่องแบบแยกได้ชัดเจนจากนักท่องเที่ยว	3.33	0.96	ปานกลาง
14. เจ้าหน้าที่คอยแนะนำความรู้แก่นักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวัง	3.70	1.05	มาก
รวม	3.47	0.73	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อเจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยามีความเป็นมิตรไมตรี เจ้าหน้าที่มีความรู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง และเจ้าหน้าที่คอยแนะนำความรู้แก่นักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวัง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมและรายข้อ

ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
15. มีศูนย์บริการข้อมูลให้ความรู้เรื่องพระนครศรีอยุธยา เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ	3.74	0.94	มาก
16. มีป้ายบอกทางแนะนำสถานที่ชัดเจนเข้าใจง่าย	3.78	0.87	มาก
17. มีการจัดสร้างศาลาพักผ่อนพวยฟ้าตลอดเส้น การเดินทางชมพระราชวัง	3.75	0.89	มาก
18. มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย	3.39	0.84	ปานกลาง
19. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี	3.41	0.81	ปานกลาง
20. มีบริการห้องน้ำห้องสุขา อย่างพอเพียง และ สะอาดถูกสุขลักษณะ	3.25	0.93	ปานกลาง
21. ถังที่รองรับขยะมีปริมาณพอเพียงเหมาะสม	3.51	0.97	มาก
22. มีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียง สะดวก	3.30	1.03	ปานกลาง
23. สถานที่ขายของฝากของที่ระลึกมีความเป็น ระเบียบ	3.62	0.93	มาก
24. มีสินค้าของฝากของที่ระลึก หลากหลายให้เลือก ซื้อและราคาเหมาะสม	3.66	0.88	มาก
รวม	3.54	0.58	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เฉพาะข้อที่มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี มีบริการห้องน้ำห้องสุขาอย่างพอเพียง และสะอาดถูกสุขลักษณะ และมีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียงสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านมูลเหตุจูงใจ โดยรวมและรายข้อ

ด้านมูลเหตุจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
25. มาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้	3.94	0.86	มาก
26. มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสันทนาการ	3.99	0.87	มาก
27. มาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึก	3.63	0.89	มาก
28. มาท่องเที่ยวเพื่อช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม	3.75	0.83	มาก
29. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไป	3.64	0.88	มาก
30. นโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมีความชัดเจนน่าสนใจ	3.69	0.84	มาก
31. การเสนอข่าวสารพระนครศรีอยุธยาในนิตยสารการท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ	3.80	0.91	มาก
32. การประชาสัมพันธ์งานพระนครศรีอยุธยาประจำปีน่าสนใจ	4.01	0.87	มาก
33. มีครอบครัว / กลุ่มเพื่อน ชักชวนให้มาท่องเที่ยว	4.04	0.82	มาก
34. มีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.90	0.83	มาก
35. มีความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและตั้งใจจะเดินทางกลับมาอีก	4.22	0.78	มาก
รวม	3.87	0.49	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ด้านมูลเหตุจูงใจ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t – test) จำแนกตาม เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ดังตาราง 7 - 10

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม เพศ

ความคิดเห็นต่อการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ชาย (N = 98)		หญิง (N = 102)		t	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.11	0.43	4.13	0.43	-0.28	0.77
ด้านบุคลากร	3.48	0.82	3.47	0.63	0.12	0.90
ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.53	0.60	3.55	0.56	-0.24	0.80
ด้านมูลเหตุจูงใจ	3.85	0.46	3.89	0.53	-0.43	0.65
รวม	3.74	0.45	3.76	0.41	-0.22	0.81

จากตาราง 7 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน
จำแนกตาม อายุ

ความคิดเห็น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.60	0.40	2.20	0.70
	ภายในกลุ่ม	195	35.36	0.18		
	รวม	199	36.96			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	2.96	0.74	1.38	0.24
	ภายในกลุ่ม	195	104.32	0.53		
	รวม	199	107.29			
ด้านการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	0.97	0.24	0.71	0.58
	ภายในกลุ่ม	195	66.59	0.34		
	รวม	199	67.57			
ด้านมูลเหตุจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.96	0.49	2.01	0.09
	ภายในกลุ่ม	195	47.50	0.24		
	รวม	199	49.47			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.56	0.39	2.10	0.08
	ภายในกลุ่ม	195	36.23	0.18		
	รวม	199	37.80			

จากตาราง 8 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน
จำแนกตาม อาชีพ

ความคิดเห็น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.61	0.20	1.10	0.35
	ภายในกลุ่ม	196	36.35	0.18		
	รวม	199	36.96			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.30	0.76	1.43	0.23
	ภายในกลุ่ม	196	104.99	0.53		
	รวม	199	107.29			
ด้านการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	0.54	0.01	0.50	0.98
	ภายในกลุ่ม	196	67.52	0.34		
	รวม	199	67.57			
ด้านมูลเหตุจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.14	0.38	1.54	0.20
	ภายในกลุ่ม	196	48.33	0.24		
	รวม	199	49.47			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.58	0.19	1.02	0.38
	ภายในกลุ่ม	196	37.21	0.19		
	รวม	199	37.80			

จากตาราง 9 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นด้วยต่อ
การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวม
แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน
จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ความคิดเห็น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.74	0.37	2.02	0.13
	ภายในกลุ่ม	197	36.22	0.18		
	รวม	199	36.96			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.87	0.93	1.75	0.17
	ภายในกลุ่ม	197	105.41	0.53		
	รวม	199	107.29			
ด้านการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.26	0.13	0.38	0.67
	ภายในกลุ่ม	197	67.31	0.34		
	รวม	199	67.57			
ด้านมูลเหตุจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.90	0.04	0.18	0.83
	ภายในกลุ่ม	197	49.38	0.25		
	รวม	199	49.47			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.13	0.06	0.35	0.70
	ภายในกลุ่ม	197	37.66	0.19		
	รวม	199	37.80			

จากตาราง 10 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็น
ด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี
โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาและเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนการท่องเที่ยวของเพชรบุรีรวมทั้งปรับปรุง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนการท่องเที่ยวของเพชรบุรีรวมทั้งปรับปรุง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากสถิติการขายตั๋วเข้าชมของที่ทำกรอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในระยะเวลา 3 เดือน พบว่า

- เดือนตุลาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	112,336	คน
- เดือนพฤศจิกายน	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	98,247	คน
- เดือนธันวาคม	2549	มีสถิติผู้เข้าชม	121,925	คน

รวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วง 3 เดือน จำนวน 332,508 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยา ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเปรียบเทียบของเครจซี่; และมอร์แกน (Krejcie ; & Morgan.1970:607 – 610) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรจำนวน 332,508 คน ได้เท่ากับ 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวพระนครศรีอยุธยา (นิภาพร หนูอักษร. 2548 :51)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยา จำนวน 200 ฉบับ ได้คืนมา 200 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 100 และแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์ความสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามขั้นตอนดังนี้
2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านบุคลการ ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 75)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลการ ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที ($t - test$) จำแนกตาม เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้ค่าสถิติของเชฟเฟ (Scheffe)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลการ ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อเจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยาเป็นมิตรไมตรี เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง และเจ้าหน้าที่คอยแนะนำ ความรู้กับนักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวัง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เฉพาะข้อมีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี มีบริการห้องน้ำห้องสุขาอย่างพอเพียงและสะอาดถูกสุขลักษณะ และมีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียงสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ด้านมูลเหตุจูงใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t – test) จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การอภิปรายผล

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากรด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) ได้จัดให้มีสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) รวมถึงสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และร้านขายของฝากที่ระลึกประจำจังหวัดเพชรบุรี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ รู้สึกชอบ สอดคล้องกับลาวัญญ์ จักรานวัณณ์ (2540:9) จากการศึกษาความหมายของความคิดเห็นต่าง ๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงความรู้สึกของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึง ข้อเท็จจริงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูด การเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากมีหลักฐานข้อเท็จจริงปรากฏ สอดคล้องกับ สุนิสา ฐานพรอนันต์ (2540 : 14) เห็นว่า ความคิดเห็น (opinion) คือ คำพูดที่แสดงออกซึ่งความเชื่อบางอย่าง ทศนคติบางอย่างหรือค่านิยมบางอย่างของผู้พูด ฉะนั้นการที่ความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดที่แสดงออก จึงมักพบว่าเขาไม่สามารถยึดถือคำพูดที่ตนแสดงออกมาได้มากนัก เนื่องจากมีเหตุผลมากมายที่ตนมักไม่พูด ไม่แสดงออกถึงสิ่งที่ตนรู้สึกนึกคิดจริง ๆ อยู่ในใจ ในเรื่องความคิดเห็นนี้มักจะแยกแยะข้อแตกต่างระหว่างทัศนคติที่แสดงต่อชุมชนกับ ทัศนคติส่วนตัว (public and private attitudes) ฉะนั้นเขาจึงสามารถแยกแยะข้อแตกต่างระหว่างความเชื่อและค่านิยมที่แสดงต่อชุมชนและที่เป็นส่วนตัวได้ด้วยเหตุนี้หากบุคคลอยู่ในสภาวะการณ์ที่เป็นส่วนตัวมากเท่าใด การแสดงออกของความคิดเห็น ทัศนคติ ค่านิยมก็จะ สอดคล้องกับความเป็นจริงในส่วนลึกได้มากเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร หนูอักษร (2548 : 90) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จัดให้มีมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ต่าง ๆ น้อยเกินไป รวมถึงความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ยังไม่ดีเพียงพอ และการแต่งเครื่องแบบที่ไม่แตกต่าง ทำให้นักท่องเที่ยวแยกแยะเจ้าหน้าที่ได้ไม่ชัดเจน ส่วนข้ออื่น ๆ นั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจดีเพราะเห็นด้วยอยู่ในระดับมากซึ่งความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของคนแต่ละคนในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาศัยประสบการณ์และพื้นความรู้เดิมเข้ามาช่วยในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นประสบอยู่ สอดคล้องกับสงวน สุทธิเลิศอรุณ (2522 : 7) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกซึ่งวิจาร์ณญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (fact) และทัศนคติ (attitude) ของบุคคลความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ สอดคล้องกับจุมพล นิภาเกษม (2537 : 8) กล่าวว่าความคิดเห็นหมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการคาดการณ์ สอดคล้องกับ วรพันธ์ ภูผา (2543 : 7) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นในลักษณะที่สอดคล้องกันว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูดหรือการเขียนโดยอาศัยพื้นฐานทางความรู้ ข้อเท็จจริง ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร หนูอักษร (2548 : 90) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร โดยรวมมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) มีการบริการข้อมูลให้ความรู้เรื่องพระนครศรีอยุธยา เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ มีป้ายบอกทางแนะนำสถานที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการจัดสร้างศาลาพักผ่อนพอเพียงตลอดเส้นทางเดินชมพระราชวัง มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี มีบริการห้องน้ำห้องสุขา อย่างพอเพียง และสะอาดถูกสุขลักษณะ ถึงที่รองรับขยะมีปริมาณพอเพียงเหมาะสม มีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียง สะดวก สถานที่ขายของฝากของที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ และมีสินค้าของฝากของที่ระลึกหลากหลายให้เลือกซื้อและราคาเหมาะสม ดังนั้นทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) มีการให้บริการที่ดี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ

สอดคล้องกับมิลเลท (สุรตนา ไบเจริญ, 2540 : 33-34 ; อ้างอิงจาก Millrt. 1954 : 397-400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม ความเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความ จำเป็นรีบด่วน การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ ต่าง ๆ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานด้านปริมาณ คุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ สอดคล้องกับสุรชาติ มงคลศิริโรจน์ (2545 : 7) ให้ความหมายของการบริการว่า การให้บริการ (Services) หมายถึง การทำงานเพื่ออำนวยความสะดวกและสงเคราะห์ช่วยเหลือหรือทำงานให้ตามความต้องการของผู้รับด้วยความสนใจ และเอาใจใส่ดูแลอย่างจริงจัง จริงใจ จนเป็นที่พอใจประทับใจของผู้รับบริการ ทั้งนี้ การทำงานดังกล่าวจะต้องไม่ขัดต่อระเบียบในกิจการ ศีลธรรม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ด้านมูลเหตุจูงใจ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) ได้จัดให้มีการบริการเกี่ยวกับศึกษาหาความรู้ มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสัมผัสวัฒนธรรมชาติ มาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึก มาท่องเที่ยวเพื่อช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไป นโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมีความชัดเจนน่าสนใจ การเสนอข่าวสารพระนครศรีอยุธยาในนิตยสารการท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์งานพระนครศรีอยุธยาประจำปี น่าสนใจ มีครอบครัว / กลุ่มเพื่อน ชักชวนให้มาท่องเที่ยว มีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางมาท่องเที่ยวและมีความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและตั้งใจจะเดินทางกลับมาอีกทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับเว็บเตอร์ (Webster.n.d) ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นว่า เป็นความเชื่อมั่นที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความแน่นอนหรือความรู้อันแท้จริงแต่ตั้งอยู่ที่จิตใจ ความคิดเห็นและการลงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลที่เห็นว่าจะเป็นจริงหรือน่าจะตรงตามที่คิดไว้ สอดคล้องกับกูล โกล (Gould , Kole. 1964) ที่ให้ความจำกัดความของความคิดเห็นใน Dictionary of the Social Sciences ไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. ความคิดเห็น คือการพิจารณาตัดสินความเชื่อจากบุคคลอื่น ในบางประเด็นความคิดเห็นอาจแสดงออกทางคำนิยม หรือชนิดของเหตุผล หรือหลักฐานที่มีอยู่ ซึ่งความสำคัญของความเห็นอาจจะมีมากหรือน้อยต่างกันแล้วแต่บุคคล

2. ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกอย่างแคบและตรงจุด ทำให้ทราบถึงความในใจของบุคคลมากกว่าทัศนคติ ดังนั้นเมื่อความเห็นมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเปลี่ยนแปลงภายนอก และมีความจำกัด จะมีรากฐานมาจากระบบทัศนคติของแต่ละบุคคล

3. ถ้าความคิดเห็นเป็นสิ่งมีชีวิต มันสามารถวัดได้ และได้มีการพัฒนาเครื่องมือในการวัดขึ้นมา ซึ่งโดยปกติจะมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็น ทัศนคติ เทคนิคการวางแผนและการสร้างแบบสอบถามสามารถนำมาใช้ในการวิจัยด้านความคิดเห็น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบรรจบพร สุนทรรัตนกุล (2544:บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัย พบว่ามูลเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุดคือความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ด้านบรรยากาศประกอบอื่นๆ พบว่า แหล่งข้อมูลของจังหวัดกาญจนบุรี ที่นักท่องเที่ยวได้รับคือ ประสบการณ์จากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสินค้าที่ระลึก ของฝาก มีความเหมาะสม ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ เล่นน้ำตก ด้านส่วนผสมทางการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจในรายด้านและในภาพรวม โดยการใช้สถิติการทดสอบค่าที ($t - test$) จำแนกตาม เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) จำแนกตาม อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงเคยมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) มีความรู้สึกประทับใจ ชอบความร่มรื่น ความสวยงามและกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติรวมถึงความมีคุณค่าด้าน ประวัติศาสตร์ ด้านสถาปัตยกรรมและศิลปะต่าง ๆ ที่ปรากฏบนพระนครคีรี จึงทำให้มีความ คิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูรย์ ปานทอง (2546 :78) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาด ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาด ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุกด้านโดยรวมไม่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าพระนครศรีอยุธยา มีความสงบ อากาศสดชื่น เหมาะแก่การพักผ่อน หย่อนใจ เจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยา เป็นมิตรไมตรี เจ้าหน้าที่คอยแนะนำความรู้กับนักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวังทำให้เกิดความประทับใจเมื่อมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความคิดเห็นที่เหมือน ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงตา วงศ์สว่าง (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรภา ลาภลือชัย (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ที่มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน และความคาดหวังต่อการจัดนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะ ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีอาชีพอะไรก็ตามมีความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อพักผ่อนสัมผัสธรรมชาติ เพื่อต้องช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของพระนครศรีอยุธยาหรืออาจจะมีการครอบครัว / กลุ่มเพื่อน ชักชวนให้มาท่องเที่ยว เพราะมีจุดประสงค์อันเดียวกัน และเมื่อมาท่องเที่ยวแล้วก็เกิดเกิดความภาคภูมิใจว่าประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในหลายด้านอีกแหล่งหนึ่งจึงทำให้มีความคิดเห็นที่เหมือน ๆ กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณ หัสภาค (2545: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีทั้งสิ้น โดยไม่พบว่า มีกลุ่มอาชีพใดให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวมากน้อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) นั้นเห็นว่าเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แพง มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกก็มีราคาไม่แพง มากจึงทำให้นักท่องเที่ยวคิดว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไปทำให้รู้สึกพอใจและเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกานต์ โรจนุตมะ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกทม. พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกทม. คือ รายได้ของครอบครัว นักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทาง โดยรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกทม.

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านบุคลากรนั้นนักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องดูแลอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีอาจต้องปรับปรุง โดยการจัดให้มีมัคคุเทศก์และนำสถานที่อย่างเพียงพอรวมถึงฝึกหัดหรืออบรมเจ้าหน้าที่เพื่อให้มีความรู้สำหรับให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง พัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการนักท่องเที่ยว และควรมีการแต่งกายด้วยเครื่องแบบแยกได้ชัดเจนจากนักท่องเที่ยว
2. ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องและเจ้าหน้าที่ดูแลอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีก็ควรมีมาตรการหรือวิธีการที่จะพัฒนาส่งเสริมเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด
3. ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีบางประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องดูแลอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีต้องปรับปรุง โดยมีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยให้เพียงพอ เพิ่มระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น จัดบริการห้องน้ำห้องสุขา ให้พอเพียง และสะอาดถูกสุขลักษณะ เพิ่มขึ้น และจัดระบบการจราจรรวมทั้งจัดที่จอดรถให้พอเพียง สะดวก เพิ่มขึ้น

4. ด้านมูลเหตุจูงใจ ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องดูแลอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรีก็ควรมีมาตรการ วิธีการสร้างมูลเหตุจูงใจหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางมาเที่ยวพระนครศรีอยุธยาเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการทำให้นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา ศรีวรรณภ. (2539). *เพชรบุรีของเรา*. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *การวางแผนการท่องเที่ยว*. จุลสารการท่องเที่ยว
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย*.
กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
_____. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพฯ : ซีเคแอนด์โฟโต้สตูดิโอ.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขต
จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร
- เกตุศิริ เจริญวิศาลและจุฑามาศ จันทรัตน์. (2542). *ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยว :
เพื่อส่งเสริมให้ “ไทยเที่ยวไทย”*. จังหวัดสงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ถ่าย
เอกสาร
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2542). *วัฒนธรรม พัฒนาการทาง
ประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดเพชรบุรี*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา
ลาดพร้าว.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัย-เกษตรศาสตร์.
- ณัฐรินทร์ ชันระทิม. (2544). *ความคิดเห็นของพนักงานรัฐวิสาหกิจที่มีต่อการแปรรูปรัฐ
วิสาหกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด
(มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เทพนิมิต
- นิภาพร หนูอักษร. (2548). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว
จังหวัด ภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). *พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวภายในประเทศของนัก
ท่องเที่ยวชาวไทย*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นฤมล จุลหนองใหญ่. (2547). *ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่สัมพันธ์
กับพฤติกรรมการซื้อบริการนำเที่ยวต่างประเทศจากบริษัทท่องเที่ยวของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- บรรจบพร สุนทรรัตนกุล. (2544). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรภา ลามลือชัย. (2545). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พิษณุ วัชรภูมิ. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ไพฑูรย์ ปานทอง (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วาสนา จัตุพร. (2548). แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแบบยั่งยืนเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน. ปรินญาณินพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิธินี วรรณสกล. (2542). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภา รัตนพงศ์ชาติ. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง (บริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณกาญจน์ เอกจันทร์. (2545). อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ : บริษัทบาวิเนเทรดดิ้ง จำกัด.
- วรพันธ์ ภูผา. (2543). ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ. วีซีดีและซีดี
- สมชาติ สกฤตยานันท์. (2533). ความสำคัญของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุพรรณ หัตถภาค. (2545). *ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุนิสา ฐานพรอนันต์. (2540). *ความคิดเห็นของเจ้าอาวาสที่มีต่อการส่งเสริมให้วัดในพุทธศาสนาในเขตอำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุศรีพ พิพิธกุล. (2542). *ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อบทบาทและการดำเนินงานของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- Botha, B.P. (1981). *Park and Recreation Administration for Municipalities of South Africa : A Student of a Group municipal Authorities. Dissertation Abstracts International*. 42 : 783 – 784 A.
- Cronbach, Lee J. (1970). *Essentials of Psychological. Testing*. 3 rd ed. New York : Harper & Row.
- Handee, J.C. ; & Other. (1984). *Wilderness Users in the Pacific Northwest : Their Characteristics, Values and Management References*. Washington, D.C. : USDA Forest Service Research Paper PNW : 61 – 64 A.
- Jedrzejczak, Marcin ; et al. (2004). *Bridging biodiversity and tourism towards sustainable development of sandy beaches*. Retrieved September 5, 2005, from <http://www.abstracts.co.allenpress.com>
- Krejcie, Robert V. ; & Darly W. Morgan. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement*. 30 (3) : 607 – 610 A.
- Lascurain, Calballos. (1998). *opinions of Entrepreneur to Ecotourism at Rokz Bay Sydney. Dissertation Abstracts International*. 15 : 111 – 112 A.
- Ministry of tourism, Republic of Maldives. (2004). *Tourism Attitude Survey 2004*. Retrieved September 2, 2005, from <http://www.scotexchange.net.tas> 2004. pdf.
- แหล่งข้อมูลทาง Website
<http://www.tat.or.th> (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จ.เพชรบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการวิจัยเพื่อจัดทำปฏิญานิพนธ์สาขารัฐกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการเรียน ระดับปริญญาโท สาขารัฐกิจศึกษา ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านร่วมตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2. 20-29 ปี

☐ 3. 30-39 ปี

☐ 4. 40-49 ปี

☐ 5. 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4. รายได้ต่อเดือน

☐ 1. ไม่เกิน 10,000 บาท

☐ 2. 10,001-20,000 บาท

☐ 3. มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 : ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน

ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ความคิดเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
2. พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์					
3. ได้รับความรู้ด้านสถาปัตยกรรมและศิลปะแขนงต่างๆจากพระนครศรีอยุธยา					
4. สภาพธรรมชาติบริเวณโดยรอบของพระนครศรีอยุธยาที่สวยงามร่มรื่น					
5. มีการพัฒนา ปรับปรุง ตกแต่ง อาคารต่าง ๆ รวมทั้งพระราชวังได้อย่างสวยงามและกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ					
6. สภาพเส้นทางเดินเพื่อการศึกษา หรือเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีความสะดวกปลอดภัย					
7. บริเวณจุดชมวิวยามพระนครศรีอยุธยา สามารถมองเห็นตัวเมืองเพชรได้อย่างชัดเจน					
8. พระนครศรีอยุธยา มีความสงบ อากาศสดชื่น เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ					
ด้านบุคลากร					
9. มีมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ อย่างพอเพียง					
10. เจ้าหน้าที่ให้บริการของพระนครศรีอยุธยา มีความเป็นมิตรไมตรี					
11. เจ้าหน้าที่มีความรู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง					
12. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
13. เจ้าหน้าที่แต่งเครื่องแบบแยกได้ชัดเจนจากนักท่องเที่ยว					
14. ควรมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำความรู้แก่นักท่องเที่ยวทุกจุดสำคัญของพระราชวัง					

ความคิดเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
15. มีศูนย์บริการข้อมูลให้ความรู้เรื่องพระนครศรีรี เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ					
16. มีป้ายบอกทางแนะนำสถานที่ชัดเจนเข้าใจง่าย					
17. มีการจัดสร้างศาลาพักผ่อนเพื่อเพียงตลอดเส้นการเดินทางพระราชวัง					
18. มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัย					
19. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างดี					
20. มีบริการห้องน้ำห้องสุขา อย่างพอเพียง และสะอาดถูกสุขลักษณะ					
21. ถึงที่รองรับขยะมีปริมาณพอเพียงเหมาะสม					
22. มีการจัดระบบการจราจรและที่จอดรถพอเพียง สะดวก					
23. สถานที่ขายของฝากของที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ					
24. มีสินค้าของฝากของที่ระลึก หลากหลายให้เลือกซื้อและราคาเหมาะสม					
ด้านมูลเหตุจูงใจ					
25. มาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้					
26. มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสัมผัสธรรมชาติ					
27. มาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึก					
28. มาท่องเที่ยวเพื่อช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม					
29. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไป					
30. นโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมีความชัดเจนน่าสนใจ					
31. การเสนอข่าวสารพระนครศรีรีในนิตยสารการท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ					
32. การประชาสัมพันธ์งานพระนครศรีรีประจำปี น่าสนใจ					

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านมูลเหตุจูงใจ (ต่อ)					
33. มีครอบครัว / กลุ่มเพื่อน ชักชวนให้มาท่องเที่ยว					
34. มีความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางท่องเที่ยว					
35. มีความประทับใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวและตั้งใจจะเดินทางกลับมาอีก					

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

คุณปฐม ระสิตานนท์	หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง)
คุณชัยยะ อังกินันท์	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี
คุณศิลาชัย สุหรั่ง	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 2 จังหวัดเพชรบุรี

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ สกุล	นางนราภรณ์ จันทรลาด
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤศจิกายน 2512
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนบ้านแหลมวิทยา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2527	มัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนวัดจันทราวาส (สุขประสารราษฎร์) อำเภอมือง จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2530	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ อำเภอมือง จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2532	อนุปริญญา (อ.ศศ) จากวิทยาลัยครูกาญจนบุรี (สาขาธุรกิจการท่องเที่ยว) อำเภอมือง จังหวัดกาญจนบุรี
พ.ศ. 2535	ปริญญาตรี การศึกษาศาสตรบัณฑิต (กศ.บ) (สาขาสังคมศึกษา) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2535	ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ) (สาขาการจัดการทั่วไป) จากวิทยาลัยครูพระนคร
พ.ศ. 2550	ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม) (สาขาธุรกิจศึกษา) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ