



ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยและชาวต่างประเทศ  
เกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม  
และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

โดย  
นางสาวนภาพร แซ่ลี

วันที่.....	- 2 S.A. 2552
เลขทะเบียน.....	011780 ๑๒

ภพ.  
910.921  
น. 197 ๗  
ม.กร.๕๕๓๖

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก  
พ.ศ. 2552

**A Study of Thai and Foreign Tourist's Satisfaction with the Communication  
Factor of the Emerald Buddha Temple and the Royal Palace in Bangkok**

**By**

**Miss Napaporn Sae-Lee**

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Master Degree of Communication Arts  
Department of Tourism and Entertainment Communication**

**Faculty of Communication Arts**

**KRIRK UNIVERSITY**

**2009**

มหาวิทยาลัยเกริก  
คณะนิเทศศาสตร์  
สารนิพนธ์

ของ  
นางสาวนภาพร แซ่ลี

เรื่อง

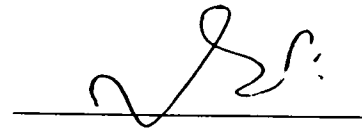
การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร  
ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

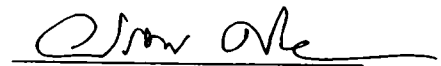
เมื่อวันที่ ๑๖ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๒

ประธานกรรมการสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์



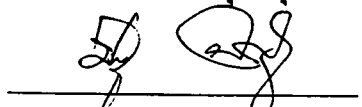
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ)

กรรมการสารนิพนธ์



(อาจารย์มูทิตา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนภาพร แซ่ลี
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง /คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร รวมทั้งช่องทางในการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการศึกษาเป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือเลือกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics)

ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้โดยประมาณต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีการเดินทางมาครั้งแรก เดินทางมากับเพื่อน เคยมาเที่ยวพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) มีการพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร จุดประสงค์คือ ท่องเที่ยว สนใจด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณสถาน ชอบพระแก้วมรกต ชนิดของยานพาหนะที่ใช้เดินทางโดยเครื่องบิน

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรายข้อในทุกด้านและภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้อยู่ในระดับมากทั้งหมด

#### การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้อยู่ในระดับมาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สัญชาติ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ “ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดารามและ พระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร” สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างมากจาก รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ ที่ ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำที่ดีหลายประการ จนทำให้การทำงานชิ้นสุดท้ายชิ้นนี้ให้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่านที่ได้กรุณา รับเป็นกรรมการสารนิพนธ์ของ ข้าพเจ้า พร้อมทั้งได้กรุณาเสียสละเวลา ตลอดจนให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการจัดทำสารนิพนธ์นี้จนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้ศึกษาในระหว่าง การศึกษา และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์มูทิตา อารยะเศรษฐากร ผู้ซึ่งเปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง ขอขอบพระคุณประชาชนทั่วไปและ นักท่องเที่ยวที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์โครงการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริกทุกท่านที่ให้ความรู้และให้ประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายให้แก่ข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้

คุณค่าอันพึงมีจากสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้ศึกษาขอเทิดไว้เป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดามารดา ครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้อยู่เบื้องหลังแห่งความสำเร็จในครั้งนี้ที่คอยให้กำลังใจและความหวังใจแก่ผู้ศึกษาตลอดมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.4 สมมติฐานในการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว	16
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	24
2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว	32
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	41

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
3.1 วิธีการศึกษา	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ	44
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	44
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.6 วิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	51
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร	54
4.4 การทดสอบสมมติฐานในการศึกษา	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการวิจัย	62
5.2 อภิปรายผล	64
5.3 ข้อเสนอแนะ	67
ภาคผนวก	69
- ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	70
- ภาคผนวก ข เอกสาร โบว์ชัวร์, บัตรเข้าชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	86
บรรณานุกรม	93
ประวัติผู้ศึกษา	95



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4.2	ร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.3	ร้อยละของที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.4	ร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
4.5	ร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
4.6	ร้อยละของรายได้ประมาณต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4.7	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	52
4.8	ร้อยละของความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร ที่ให้บริการ	55
4.9	ร้อยละของความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	56
4.10	ร้อยละของด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	57
4.11	ร้อยละของความพึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้	58
4.12	ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	60

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	การเกิดความพึงพอใจของบุคคล	25
2	ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ	27
3	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	29

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งที่นิยมกันมากในคนทุกเพศทุกวัย เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมากสู่ประเทศ ซึ่งประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จัดว่าเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเยือนได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ซึ่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น กอปรกับเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ และคุณภาพของสินค้าทั้งสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง รวมทั้งการบริการที่พร้อมและทันสมัย ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในโลก และทำให้ในปัจจุบันรายได้หลักของประเทศไทยเกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งคิดเป็นมูลค่ากว่า 482,319.17 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2549 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2549: ออนไลน์) นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศอังกฤษได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชากรชาวอังกฤษที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลปรากฏว่ากรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 และ 5 (เลเซอร์ แมกกาซีน.2546: ออนไลน์) จังหวัดหนองคายได้รับการคัดเลือกจากนิตยสาร Modern Maturity ว่าเป็นแหล่งพักผ่อนที่สองคิดอันดับสถานที่ที่ดีที่สุดในโลกสำหรับผู้สูงอายุชาวอเมริกัน (หนองคายคอตคอม.2550: ออนไลน์)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่มีอายุยาวนานกว่า 200 ปี เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว และถือเป็นศูนย์กลางคมนาคมแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางต่อไปประเทศเพื่อนบ้านของไทย ส่วนใหญ่จะมาเปลี่ยนเครื่องบิน หรือเปลี่ยนพาหนะการเดินทางที่เมืองไทย จึงถือโอกาสแวะท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครไปพร้อมกัน กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย หลากรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมที่สำคัญ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ได้แก่ วัดพระแก้ว

พระบรมมหาราชวัง บริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ศาลหลักเมือง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดโพธิ์ วัดอรุณราชวราราม นอกจากนั้นยังมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และหุ้รหรามากมาย และเป็นแหล่งรวมสินค้าหลากหลาย ราคาไม่แพง นักท่องเที่ยวสามารถจับจ่ายซื้อของเป็นที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน เพราะสินค้ามีเอกลักษณ์ความสวยงามอย่างไทย บอกได้ถึงความเป็นไทย นอกจากนี้สถานที่ตั้งของกรุงเทพมหานครยังเหมาะแก่การเดินทางเข้ามา มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย ยังเป็นศูนย์รวมสถาบันการเงิน การธนาคาร และเป็นศูนย์กลางการค้าขาย สาธารณูปโภคและศูนย์กลางทางธุรกิจอื่นๆ อีกหลากหลายด้วยกัน

นอกจากสิ่งเหล่านี้แล้ว การที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้ที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการสร้างควมประทับใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะกลับมาเยือนประเทศไทยอีกครั้ง จึงเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้การทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานานจะทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นอันเป็นผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีปริมาณสูงขึ้นด้วย ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้รับความสนใจ และนำรายได้สู่ประเทศอย่างมหาศาล

ถึงแม้ว่าจุดเด่นของกรุงเทพมหานครจะมีอีกมากมาย ได้แก่ ความมีอัธยาศัยไมตรี ความมีเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม และความพร้อมทางด้านบริการรองรับดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ปัญหาต่างๆที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครก็ยังคงปรากฏให้เห็นอยู่ ได้แก่ ปัญหาความไม่สงบและปัญหาก่อการร้ายในภาคใต้ ปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร ปัญหาการฉ้อโกง ปัญหามลภาวะ รวมทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจ และค่าเงินบาทที่แข็งค่ามากขึ้น อุปสรรคต่างๆเหล่านี้ล้วนทำให้ภาวการณ์เจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหยุดชะงัก และทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นสำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้โดยรวมของประเทศ และจะส่งผลกระทบต่อทางอ้อมด้วย

ประเทศไทยมีศักยภาพการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งความสวยงามทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีชื่อเสียง มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านี้ กระจายอยู่ทั่วประเทศไม่ว่าจะเป็น

ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ และภาคกลาง ล้วนแล้วแต่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละภาค

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า วัดพระแก้ว เป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2325 เป็นวัดในพระบรมมหาราชวังเช่นเดียวกับ วัดพระศรีสรรเพชญ์ ซึ่งเป็นวัดในพระราชวังหลวงในสมัยอยุธยา และมีพระราชประสงค์ให้วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร หรือพระแก้วมรกต ที่นำมาจากกรุงเวียงจันทน์ แต่แท้ที่จริงแล้ว พบเจอวัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย และเป็นสถานที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นวัดที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษาอยู่ เพราะมีแต่ส่วนพุทธาวาสไม่มีส่วนสังฆาวาส

วัดพระศรีรัตนศาสดารามได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์มาโดยตลอด การบูรณะครั้งใหญ่ทั้งพระอารามมีขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว และในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้มีการเฉลิมฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 100 ปี ใน พ.ศ. 2425 ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ทั้งพระอารามในโอกาสที่มีพระราชพิธีฉลองพระนครครบ 150 ปี ในรัชกาลปัจจุบันโปรดเกล้าฯ ให้บูรณปฏิสังขรณ์ทั้งพระอารามอีกครั้งใน พ.ศ. 2525 เมื่อมีการสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี โดยมีสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงเป็นองค์ประธานในการบูรณะ

วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นวัดที่สำคัญและเป็นที่เชิดหน้าชูตาของบ้านเมืองตลอดจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

พระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์สมัยรัตนโกสินทร์ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชจนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ตั้งอยู่ที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

**สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ได้แก่**

ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร เป็นศาลที่สร้างขึ้นมาพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เป็นราชธานีตามธรรมเนียมพิธีพราหมณ์ว่าก่อนที่จะสร้างเมืองจะต้องทำพิธีขุดเสาหลักเมืองในที่อันเป็นชัยภูมิสำคัญ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่บ้านเมืองที่จะสร้างขึ้น

ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่บริเวณมุมด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของท้องสนามหลวงตรงข้ามพระบรมมหาราชวัง ถนนหลักเมือง แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

**วัดโพธิ์** หรือนามทางราชการว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกและเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาวัดโพธารามวัดเก่า ที่เมืองบางกอกครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดหลวง ช่างพระบรมมหาราชวัง และที่ได้พระแทนประดิษฐาน พระพุทธเทวปฏิมากร พระประธมในพระอุโบสถเป็นที่บรรจุ พระบรมอัฐิของพระองค์ท่านไว้ด้วย

วัดอรุณราชวรารามเป็นวัดโบราณ วัดอรุณฯ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของกรุงเทพฯ ที่รู้จักกันทั่วโลก จากแผนที่เมืองธนบุรีซึ่งชาวฝรั่งเศสทำไว้ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชบ่งบอกว่า วัดแห่งนี้มีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาสร้างในสมัยอยุธยา ว่ากันว่าเดิมเรียกว่า วัดมะกอกและกลายเป็นวัดมะกอกนอกในเวลาต่อมา เพราะได้มีการสร้างวัดขึ้นอีกวัดหนึ่งในตำบลเดียวกัน แต่อยู่ในคลองบางกอกใหญ่ ชาวบ้านเรียกวัดที่สร้างใหม่ว่า วัดมะกอกใน (วัดนวลนรดิศ) แล้วจึงเรียกวัดมะกอกซึ่งอยู่ปากคลองบางกอกใหญ่ว่า วัดมะกอกนอก ส่วนเหตุที่มีการเปลี่ยนชื่อเป็นวัดแจ้งนั้น เชื่อกันว่า เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงตั้งราชธานีที่กรุงธนบุรีใน พ.ศ. 2310 ได้เสด็จมาถึงหน้าวัดนี้ตอนรุ่งแจ้ง จึงพระราชทานชื่อใหม่ว่าวัดแจ้ง แต่ความเชื่อนี้ไม่ถูกต้อง เพราะเพลงยาวหม่อมภิมเสน วรรณกรรมสมัยอยุธยาที่บรรยายการเดินทางจากอยุธยาไปยังเพชรบุรี ได้ระบุชื่อวัดนี้ไว้ว่าชื่อวัดแจ้งตั้งแต่นั้นแล้ว

ด้วยสภาวะแวดล้อม ปัจจัยต่างๆ ในการจัดการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจ และแม้กระทั่งสภาพปัญหาที่พบ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น รวมถึงแนวทางในการสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดคน โยบายและการวางแผนด้านการท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงข้อมูลสำคัญและนำผลการศึกษาไปเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการวางแผนเพื่อสนับสนุนและสร้างสรรค์ให้เกิดการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร รวมทั้งช่องทางในการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

## 1.4 สมมติฐานในการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2. ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว
4. เพื่อให้หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร

## 1.6 นิยามศัพท์

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) หมายถึง วัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๓๒๕ พร้อมกับการสร้างพระบรมมหาราชวังและกรุงรัตนโกสินทร์ ตามประเพณีการสร้างพระอารามในพระราชฐานสมัยอยุธยา โดยมีพระราชประสงค์จะให้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมหาณิรัตนปฏิมากร และเป็นสถานที่บำเพ็ญพระราชกุศล

พระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครหมายถึง พระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์สมัยรัตนโกสินทร์ ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช



จนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ตั้งอยู่ที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทย

วัดอรุณราชวรมหาวิหาร หมายถึง วัดที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี ถนนอรุณอมรินทร์ เป็นวัดที่มีมาตั้งแต่ ครั้งกรุงศรีอยุธยา เดิมชื่อ วัดแจ้ง วัดอรุณราชอาราม หรือวัดแจ้ง มีจุดเด่นที่น่าสนใจ คือ พระปรางค์องค์ใหญ่ ซึ่งมีความสูง 82 เมตร กว้าง 234 เมตร เริ่มก่อสร้างในสมัยรัชกาลที่ 3 เสร็จสมบูรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "วัดอรุณราชวราราม" จัดเป็นพระอารามหลวงชั้นวรมหาวิหาร เรียกชื่อเต็มว่า "วัดอรุณราชวรมหาวิหาร"

ศาลหลักเมือง หมายถึง ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่บริเวณมุมด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของท้องสนามหลวง ตรงข้ามพระบรมมหาราชวัง ถนนหลักเมือง แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) หมายถึง วัดในรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯให้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ทั้งพระอารามเป็นการใหญ่อีกครั้ง โปรดฯให้สร้างถาวรวัตถุต่างๆ มากมาย ที่สำคัญที่สุด โปรดฯให้สร้างแผ่นศิลาจารึกสรรพวิชาความรู้ต่างๆ ทั้งอักษรศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ แพทยศาสตร์ เกษศาสตร์ โหราศาสตร์ แล้วประดับไว้ตามอาคารต่างๆ สลับกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมและศิลปะอันงดงาม เพื่อให้ประชาชนที่สนใจได้เข้ามาเรียนรู้ได้โดยทั่วกัน จนได้รับการยกย่องว่าวัดพระเชตุพนฯ เป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย

การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร หมายถึง การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง อายุ เพศ รายได้ และการศึกษาของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติอื่น ไม่ใช่สัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนเดินทางไปเยือน ในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่สัญชาติไทย

**นักท่องเที่ยวยุโรป หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย อยู่ในประเทศไทย**

**ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว อันเกิดจากมูลเหตุแรงจูงใจจากปัจจัยด้านส่วนผสมด้านการตลาดแนวใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ประชาคม บุคลากร ช่วงจังหวะเวลา จิตวิทยา และการเมือง**

**ปัจจัยการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการนำข้อความ ด้อยค่าหรือเรื่องราวต่างๆจากฝ่ายหนึ่งไปสู่ อีกฝ่ายหนึ่ง โดยอาศัยสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นเครื่องนำข้อความ ด้อยค่า หรือเรื่องราวเหล่านั้นไป โดยมี เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร**

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 ประเภทของการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ดังนี้คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพ หรือสร้างรายได้

เมค อินทอช และ โกลด์เนอร์ (Mc Intosh and Goeldner ,1984 อ้างถึงในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรม การเดินทางรูปแบบหนึ่งโดยสมัครใจ เพื่อการพักผ่อน โดยเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีการนันทนาการเพื่อเปลี่ยน

บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการ ในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งทางด้านธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เด่นของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแต่ละที่จะมีองค์ประกอบ แตกต่างกันไป

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540 )

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่ง ปีเตอร์ (Peter ,1969 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions)

2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ(Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

4) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ( Specific Attractions)

ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นความพึงพอใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

จากที่กล่าวข้างต้น องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่ เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัส แต่ภายนอก โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้ชดเชยชดเชยชดเชยชดเชยชดเชย อย่างไรก็ ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และ อาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อ สิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดี เข้ามา มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายใน ระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพ ภายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและ วัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย

### รูปแบบของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันได้มีรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างกันไปดังนี้

1.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดง ความ เป็นวัฒนธรรม เช่น พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนิน ชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติ ความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอด มาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

### 2.การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างคิเขียม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจ ท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม สัมผัสสมอบอย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยอย่างยั่งยืน

### ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังนี้ คือ

- 1.เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
- 2.เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่ง

#### ท่องเที่ยว

- 3.เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- 4.เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

#### และวัฒนธรรม

- 5.เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 6.เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

### หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุยวาทิ พูลพิพัฒน์,2545)

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable )ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity )สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น(Supporting Local Economic)โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประทัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น( Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

8. เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

10. การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

#### ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล, 2545)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

#### 3.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นำมาประเทศ ให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปรัชญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดยให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว

มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ราฟ บุกเคย์ (Raff Buckley 1992 อ้างในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) นิยามว่า คือการท่องเที่ยวที่ถูกจัดการดูแลอย่างยั่งยืน อยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ มีการศึกษาค้นคว้าเรียนรู้วัฒนธรรม และ/หรือ สิ่งแวดล้อมเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

สุนัยวิชัยป่าไม้ (2538) ได้สรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเป็นหลัก และอาจรวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ด้วย
2. ควรเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ และการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยตรง อีกทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. มุ่งเน้นคุณค่าลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นที่การเสริมแต่ง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

#### องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน



ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษ ภาวะ และควบคุมอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง คำนึงนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

จากองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าว จะเห็นว่า องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมนั้นจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยว จึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมมาเป็นพื้นฐานที่สำคัญ ในพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว

### 3) การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่ได้พัฒนาไปสู่รูปแบบหนึ่งที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศในชุมชน โดยเป็นการพัฒนาชุมชน พัฒนาชนบทโดยการไปช่วยเสริมรายได้ เรื่องการท่องเที่ยวเข้าไปสู่ภาคชนบท การท่องเที่ยวแบบนี้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทในการจัดการดำเนินกิจกรรม การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การเตรียมข้อมูลที่มีประโยชน์ค่อนักท่องเที่ยว

สมศักดิ์ เศรษฐะเอราวัณ (2544 อ้างในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชาวบ้านในชุมชนจัดบ้านของตนเองเป็นที่พัก มีห้องหรือพื้นที่พอที่จะรับแขกผู้มาเยือนได้ โดยที่เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

กล่าวโดยสรุปว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชุมชนมี การพัฒนาความสามารถของประชาชนในการดูแลและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ใน ชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คน โดยการมีกิจกรรมทางวัฒนธรรม ให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการและรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยตรง

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เกิดการท่องเที่ยว

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุริรัตน์ เศษศิริ 2545:71)

สิ่งกระตุ้นความต้องการ ในการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งจูงใจต่างๆของสถานที่ท่องเที่ยวหรือ ช่วงเวลาที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

สิ่งกีดขวางความต้องการคือสิ่งต่างๆที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลงเช่น ปังจ๊อบทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง,ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปังจ๊อบทางสังคม (กลุ่มอ้างอิง,ทัศนคติทางวัฒนธรรม)ปังจ๊อบทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)

สิ่งกระทบหมายถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจาก แหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิด พฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทัศนคติและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันออกไป

บทบาทของนักท่องเที่ยวหมายถึงสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์ หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ แตกต่างกันไปเช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวแบบครอบครัว

### ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### 1. ปัจจัยส่วนตัว ได้แก่

##### 1. ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

Needs ความจำเป็นของลูกค้ำเป็นรากฐานของงานการตลาด ซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้ เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความจำเป็นเกิดจากสภาพร่างกายและจิตใจของลูกค้ำแต่ละ คนเกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ำมีอยู่แล้ว สิ่งที่ลูกค้ำอยากจะมีและมักจะไม่ว่าตัวเองมีความ จำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาดคือทำให้ลูกค้ำรู้จักความจำเป็นอันนี้

ตัวอย่างเช่น การนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง การพักอยู่ในห้องชุด (Suite) ที่มีราคาแพงที่สุดของ โรงแรมหรือการรับประทานอาหารจานที่แพงที่สุดของภัตตาคารจะเป็นความต้องการที่ได้รับการ ยกย่องและได้รับความสำคัญมากกว่าความจำเป็นทางร่างกายตามปกติ ถ้าตอบสนองความหิวอย่าง เดียวก็สามารถไปรับประทานอาหารตามร้านอาหารธรรมดาได้

วิธีที่ทำให้ลูกค้าทราบถึงความจำเป็นของตนเองคือ การให้การจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจ (motive) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตัวเอง

Motivation การจูงใจ หมายถึงการกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ (Holloway.1988:97 จากเอกสารประกอบการสอน วิชา 963 214 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของสุรรัตน์ เศษภทวิวรรณ:2545) นับว่าเป็นปัจจัยตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็น พฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

Motive แรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้น ของบุคคลหนึ่งที่ต้องการ แสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมายและแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวทำให้เกิดการ กระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

ความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกันสำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierarchy Of Needs) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่าง กันออกมา

## 2. การรับรู้ (Perception)

กระบวนการการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นกับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากกระทบ ประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การ ได้กลิ่น การ ได้ยิน การ ได้เห็น การ ได้รู้สึก และการ ได้รสชาติ การ โฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม จึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านอารมณ์ และความ น่าเชื่อถือ เช่น ภาพการ โฆษณาความสะดวกสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง กระบวนการรับรู้ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการ โฆษณาเข้ามาสู่ตนเอง ไม่ว่าจะ เป็น โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร

2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมา ให้ตรงกับ ความหมายของข้อมูลนั้น

4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่ง จะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป

### 3. การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจาก ประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น(Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีสั่งกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus- Response Theory) กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริม การตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

### 4. บุคลิกภาพ (Personality)

ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็น ทฤษฎีวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจ และสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้ สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล ลักษณะที่แตกต่างของบุคลิกภาพมีดังนี้

1. Id เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ และความรู้สึกที่ถูกระตุ้นทำให้บุคคล พยายามตอบสนองความพึงพอใจของเขา เช่น ความต้องการทางเพศ การ โฆษณาต่างๆหยาบๆก็ สามารถกระตุ้น Id ได้

2. Ego เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตได้สำนึกของบุคคลจะควบคุมความต้องการ ภายในที่เกิดจาก Id ได้ โดยบุคลิกภาพจะมีลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรม

3. Super Ego เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและศีลธรรมของสังคม มีพฤติกรรมที่ เหมาะสมกับการเป็นพลเมืองดี การโฆษณาและการส่งเสริมการขายจึงควรชี้ลักษณะบุคลิกภาพที่ เหมาะสมนี้เพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีของสังคม

นักท่องเที่ยวนั้นมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและสังคม ดังนั้น การ เรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว หมายถึง การเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันชอบความ สะดวกสบาย ทันสมัยและถูกต้องรอบคอบ, นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรักความสะอาดและความเป็น ระเบียบ มีวินัยในการท่องเที่ยว

### 5. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทักษะ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคลซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถจับอภพพฤติกรรมการซื้อได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยมของสังคม

### 6. แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept)

แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล พร้อมๆกับการรับรู้ ประกอบด้วย

1.แนวความคิดของตนเองที่แท้จริง มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัย ความชอบอย่างไร

2.แนวความคิดของตนเองในอุดมคติ เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้นและแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวความคิดของตนเองในอุดมคติ

3.แนวความคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองอย่างแท้จริง เป็นภาพที่บุคคลคิดเห็น บุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงเป็นเช่นไร

4.แนวความคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง

### 7. ทักษะ (Attitudes)

ทักษะ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกริเริ่มของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทักษะเป็นพลังที่สำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวน โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดี ไม่ขัดแย้งกับทักษะที่มีอยู่ ทักษะสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะที่ได้แย้ง

### 8. ปัจจัยด้านความเคร่งเครียดจากการทำงาน (Serious of work Factor)

งานประจำที่ทุกคนปฏิบัติอยู่จำเป็นต้องใช้ทั้งกำลังกายและกำลังสมอง เพื่อจะผลัดกันให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จในระดับสูงหรือในระดับที่ผู้เข้าร่วมงานหรือเจ้าของกิจการพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้เอง เพื่อให้งานที่ปฏิบัติอยู่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ร่างกายจึงต้องได้รับการพักผ่อนตามควรแก่ฐานะ กิจกรรมการพักผ่อนในช่วงระยะเวลาดังกล่าวจะพึงปฏิบัติแตกต่างกันออกไป แต่ที่สำคัญคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ทั้งต่างแดนหรือต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและสภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

### 9. ปัจจัยด้านรายได้ (Income Factor)

จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดการคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกสบายต่อการประกอบอาชีพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้คนมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้มีเงินออมและเหลือพอที่จะนำไปใช้เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ด้วยเหตุนี้เอง ทำให้ประชากรมีความปรารถนาที่จะเดินทางไปต่างถิ่นหรือต่างแดน เพื่อการพักผ่อนหรือเพิ่มพูนความรู้ต่อไป

### 10. ปัจจัยทางเวลา สภาพและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy)

ปัจจัยด้านนี้มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวทันที อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อตัวแทนการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ได้

### 11. ปัจจัยทางครอบครัว (The Family)

คือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกัน หรือการโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับมาจากครอบครัวมากที่สุด ความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับชั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว

## 2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่

### 1. วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subculture)

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัยและความคิดของคน และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบแผนใหม่อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมในการดำรงชีวิต ต้องการวันหยุดพักผ่อนเป็นต้น

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือชนบทรอบนิคมประเพณี เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มและอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก เช่น วัฒนธรรมคนจีน วัฒนธรรมล้านนา

### 2. ชั้นของสังคม (Social classes)



เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่ามาใช้ในการแบ่งชนชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ซาติกำเนิดสถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่และ 6 กลุ่มย่อย คือ

1. ระดับสูง แบ่งออกเป็น

1.1 ระดับสูงอย่างสูง ได้แก่ ผู้ดีเก่า ชนชั้นสูง มีความมั่งคั่ง เนื่องจากได้รับมรดกจำนวนมาก สถานะมั่งคั่ง

1.2 ระดับสูงอย่างต่ำ ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูง ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ด้วยความสามารถของตนเอง

2. ระดับกลาง แบ่งออกเป็น

2.1 ระดับกลางอย่างสูง ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา

2.2 ระดับกลางอย่างต่ำ ได้แก่ พนักงาน ข้าราชการระดับปฏิบัติงาน ต้องการใช้นิสัยและบริบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน สมถะ

3. ระดับต่ำ แบ่งออกเป็น

3.1 ระดับต่ำอย่างสูง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานและมีทักษะพอสมควร แสวงหาสิ่งที่มีมั่นคง ไม่เข้าสังคมมากนัก

3.2 ระดับต่ำอย่างต่ำ ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี้ มีการศึกษาค่ำ อยู่สลับ ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานในการครองชีพและราคาประหยัด

ชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับ และแตกต่างกันในด้านอุปนิสัยและสื่อที่ใช้ในการติดต่อซึ่งกันและกัน

3. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)

เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทัศนคติ ความชอบ ความไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว

3.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กรและบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

4. ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้มีอำนาจ และความคิดเห็นของเขามักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

วันที่ ..... - 2 S.A. 2552 .....

เลขทะเบียน..... 011780 ..... ๒

๑๙๖๐  
๑๑๐.๑๒๑  
๗ ๑๙๖๗  
๘.๑๐.๕๕๓๗.

มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ แหล่งข้อมูลของธุรกิจ โรงแรมและท่องเที่ยว มาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ

4.1 ข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจ เป็นข้อมูลจากการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ของโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ข้อมูลที่ให้จะมุ่งตรงไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ

4.2 ข้อมูลจากกลุ่มสังคม เป็นข้อมูลที่ได้รับระหว่างบุคคลจากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำกลุ่มด้าน ความคิดและกลุ่มอื่นๆในสังคม

#### 5. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices)

การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่ง หรือกับราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่กล่าวก่อนหน้านี้อแล้ว ทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้ และถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะเริ่มแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีก

#### 6. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

#### 7. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชาน้อยๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกคือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น



#### 8. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor)

มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานานๆ เพราะท้องถิ่นที่อยู่อาศัยนั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมากตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือแหล่งวัฒนธรรม

#### 9. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

#### 10. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะคือนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชมแต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้ไม่เกิดความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า จะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

#### 11. ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor)

ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อความนิยม และอื่นๆ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม

#### 12. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยีได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจอง สำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบ

คอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

### 13. ปัจจัยทางการคมนาคม (Communication Factor)

การคมนาคมขนส่งนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวมาก ถ้าหากขาดการคมนาคมขนส่งแล้ว กิจการท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางในระยะไกลทั้งต่างถิ่นและต่างแดนจะกระทำได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายถูกและปลอดภัย อันส่งผลทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีกระจุกกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกล มีประชากรเข้าไปเยือนเพิ่มมากขึ้น และคนส่วนมากมีโอกาสที่จะทำได้

## 2.3 แนวคิดเรื่องความพึงพอใจ

### ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (จิตตินันท์ เศรษฐกุล, 2543 : 19) และนิเวศวิทยาการให้ความหมายไว้ดังนี้

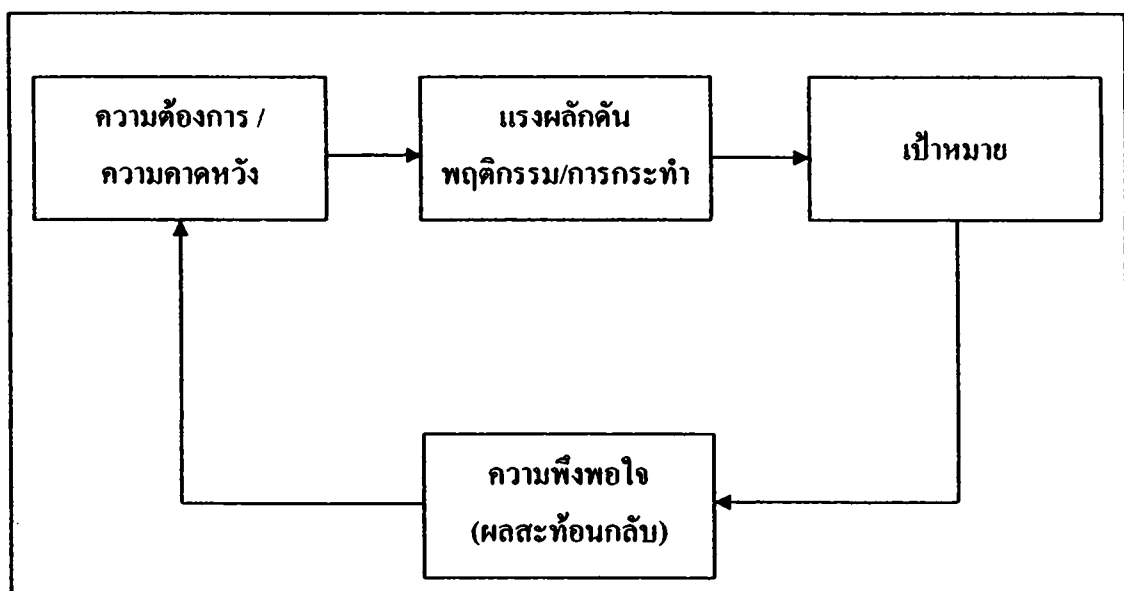
วรูม (จันทร์เพ็ญ คูเทศานันท์, 2542:47 ; อ้างอิงจาก Vroom, 1964 : 328 Work and Motivation) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

โวล์แมน (จันทร์เพ็ญ คูเทศานันท์, 2542:47 ; อ้างอิงจาก Wolman, 1973 : 304 Dictionary of Behavioral Science) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพอใจ คือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวังและความต้องการจากแรงจูงใจ

แมคคอร์มิก (วัฒนา เพ็ชรวงศ์, 2542:47 ; อ้างอิงจาก McCormick, 1965 : 299 Industrial Psychology) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน

(Basic Needs) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

มัลลินซ์ (วัฒนา เพ็ชรวงศ์, 2542 : 17 ; อ้างอิงจาก Mullins, 1985 : 280 Management and Organization Behavior) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน เป็นสภาพที่สัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์มีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายอย่างนั้นแล้ว จะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก



ภาพที่ 1 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล (Mullins, 1985 :280)

วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542:18) สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

วิมล หรยางกูร (วัฒนา เพ็ชรวงศ์, 2542:18 ; อ้างอิงจาก วิมล หรยางกูร, 2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกเกี่ยวกับความหมายของ

สภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

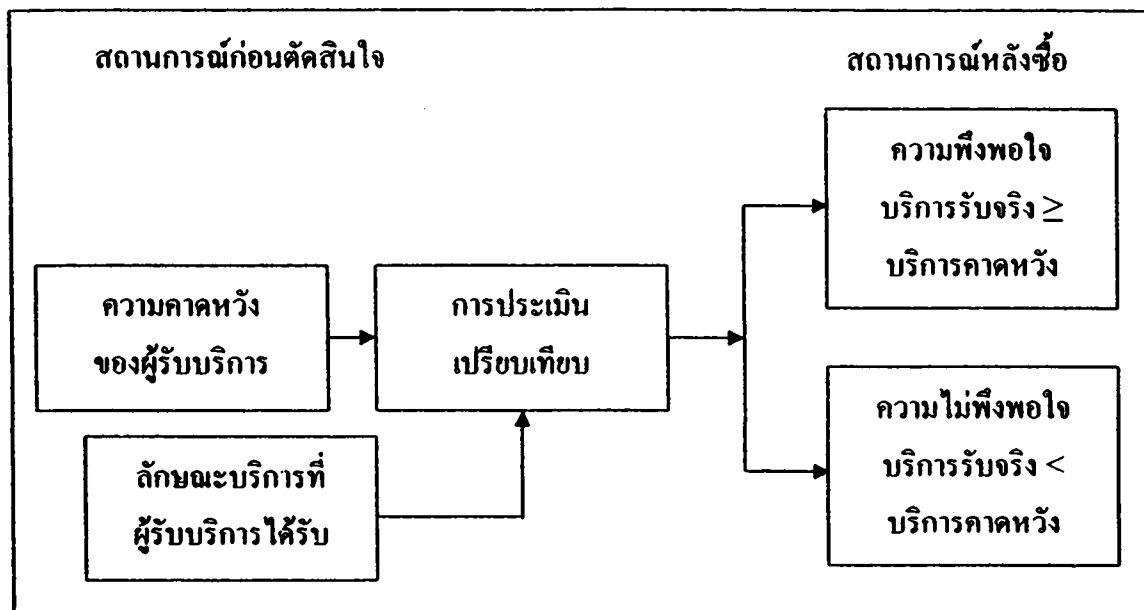
### ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จิตตินันท์ เชชะคุปต์ (2543:19) ให้ความหมาย ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบ โดยนิยามแบ่งเป็น 2 นัย คือ

1.ความหมายที่ขีดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อในสถานการณ์หนึ่ง

2.ความหมายที่ขีดจากประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึงการประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (จิตตินันท์ เชชะคุปต์, 2543 : 19; อ้างอิงจาก Oliver, 1980 : 460 A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ ซึ่งขยายความให้ชัดเจนว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า



ภาพที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ (จิตตินันท์, 2543 : 19)

จากการศึกษาความหมายของ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ สรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

**ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้**

1. **ผลิตภัณฑ์บริการ** ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับการบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กร ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วย ความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพการนำเสนอ บริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2.ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ หรือพิจารณาว่ามีความเหมาะสม กับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3.สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวก เมื่อลูกค้ามีความต้องการ ข้อมก่อก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญมาก

4.การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นจากการ ได้ยินข้อมูล ข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการ ไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5.ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานด้านบริการ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ข้อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6.สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์ และการให้สี้นการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนคลอจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

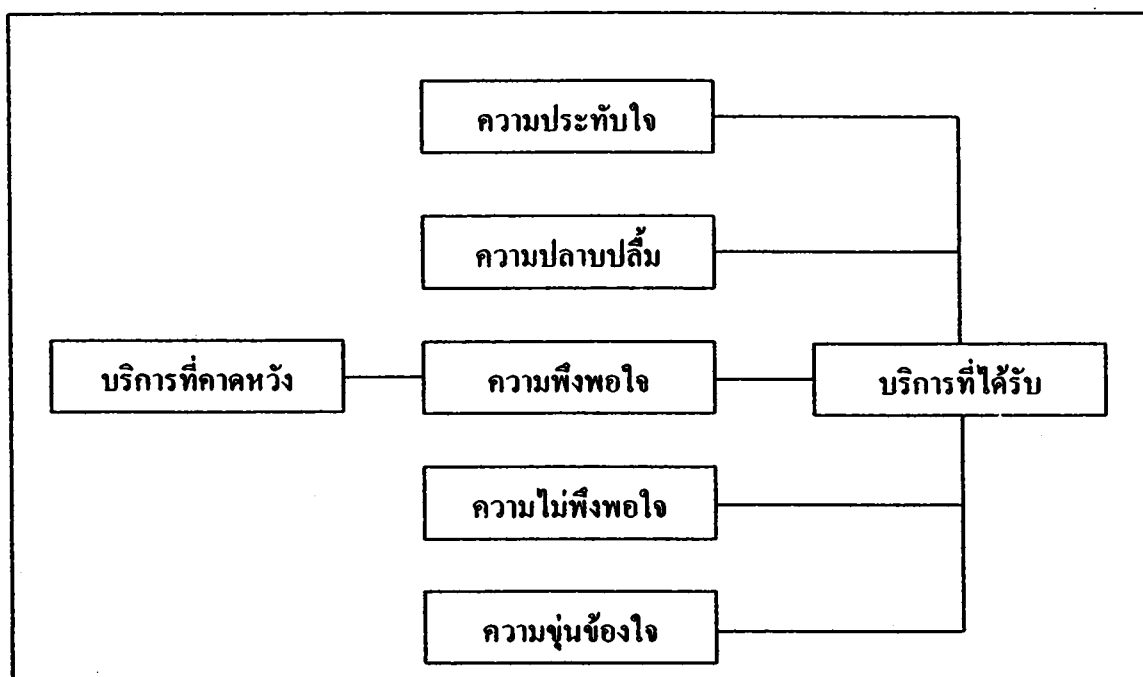
7.กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1.ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ คือ เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2.ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานีบริการน้ำมันพร้อมกับได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากได้รับบริการไม่ตรงกับความคาดหวัง



ภาพที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (จิตตินันท์, 2543 : 39)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ(Satisfaction)เป็นสภาวะทางอารมณ์ ความรู้สึกทางอารมณ์ของบุคคล ที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการตามความคาดหวัง ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

คอมิก(Cornic ,1947 อ้างถึงใน อเนก ทิพย์บรรจง, 2544) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

มอร์ส(Morse ,1958 อ้างถึงใน อุกฤษณ์ ทรงชัยสงวน,2543) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วอลเลอร์สเทน ( Wallerstien ,1971 )ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของบุคคล

พิน คงพล (2529 อ้างถึงใน อุกฤษณ์ ทรงชัยสงวน, 2543) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คือ ความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ หรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติ ความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการด้านวัตถุและจิตใจ

จากความหมายความพึงพอใจหลายๆ ความหมาย สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือเจตคติของบุคคล ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะแสดงออกมาทางพฤติกรรม เมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการตามความคาดหวังหรือเป็นสภาพความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่มีต่อการให้บริการที่คาดหวัง

**ความพึงพอใจต่อการให้บริการและจากการท่องเที่ยว**

**นักวิชาการได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการไว้ดังนี้**

มณีวรรณ ต้นไทย (2533 อ้างถึงใน อุกฤษณ์ ทรงชัยสงวน,2543) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจหลังจากประชาชนได้รับบริการในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ความสะดวกที่ได้รับบริการ ตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการคุณภาพของบริการที่ได้รับ ระยะเวลาในการดำเนินการและข้อมูลที่ได้รับจากการดำเนินการ

วัลลภา ชายหาด (2533 อ้างถึงใน กรองแก้ว โคตรภูเวียง,2543) ได้กล่าวถึงความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะพอสรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
3. การบริการอย่างต่อเนื่อง
4. การบริการอย่างก้าวหน้า



ความพึงพอใจต่อการให้บริการควรจะพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้( กรองแก้ว โคตรภู เวียง, 2543)

- 1 การให้บริการอย่างสม่ำเสมอภาค (Equity Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาคและเสมอหน้า
- 2 การบริการรวดเร็วต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
- 3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความพึงพอใจในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
- 4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
- 5 การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนา งานบริการด้าน ปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 10 ประการในการจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมในแต่ละประเด็นคือ

1. เติงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงรสอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท อาทิ เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
8. ความบันเทิง อาทิ คอนเสิร์ต การเดินรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงต่างๆ
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตร และรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจจากการให้บริการขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและบุคคลอาจได้รับความพึงพอใจในการบริการแตกต่างกันได้แม้ลักษณะการให้บริการเหมือนกัน ซึ่งเป็นความรู้สึกที่แสดงออกมา เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการตามความคาดหวังอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยขึ้นกับระยะเวลาหรือสภาพแวดล้อม

## 2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้น ได้มี กิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่างๆ เป็นต้น การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ เป็นต้น (นิคม จารุมณี, 2539) โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น สุตกากร คำนำตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่จะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลายอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกลๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความ สนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ซึ่งอาจจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่นรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการ พักฟื้นหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความ อึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่คนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้ สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่คุณให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อขึงนกตกปลาหรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลายๆแบบมักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่า สนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือมีโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ฝึกงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

#### ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้น ได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ใคร่ครอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนอง

ความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

### **ประเภทของนักท่องเที่ยว**

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

#### **1.ตามการจัดการเดินทาง**

-Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน

-Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

#### **2. ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว**

-เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

-เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

**3.ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ**

-การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด(holiday-mass Popular individual)

-การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ คนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น

-การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา(Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องทำนังกอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

-การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

-การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

-การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

-การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

#### 4.ตามวิธีการเดินทาง

รายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 11 คนขึ้นไป อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะอาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 11 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้บริษัทนำเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเกี่ยวกับขนพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (full package) หรืออาจจัดสรรบริการเพียงบางสิ่งบางอย่างให้เท่านั้น

หากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการเดินทางเป็นหมู่คณะในราคาพิเศษที่มีการจ่ายล่วงหน้า โดยไม่มีเงื่อนไขว่าคณะดังกล่าวจะต้องเดินทางโดยเที่ยวบินเดียวกันทั้งไปและกลับ ตลอดจนใช้เวลาทั้งหมดในการเดินทางร่วมกัน เรียกว่า การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบจ่ายเบ็ดเสร็จ (Group Inclusive Tour: GIT หรือ All Inclusive Tour: AIT) โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆเป็นหมู่คณะ ด้วยรถนำเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้นำทาง และบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่นั้นเป็นครั้งแรก (First Visitor) และยังไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆมาก่อน

### เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ

1.1 **ประหยัดเงิน** เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นแบบเหมาจ่าย และมีจำนวนผู้เดินทางมาก บริษัทนำเที่ยวจึงสามารถให้ราคาพิเศษแก่นักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับการบริการที่ถูกต้องกว่าการเดินทางด้วยตนเอง

1.2 **ได้เพื่อนร่วมทาง** นักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางคนเดียวไปในสถานที่แปลกใหม่ ก็จะไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และรู้สึกปลอดภัย เมื่อเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังอาจได้เพื่อนใหม่ที่มีรสนิยมและความสนใจใกล้เคียงในขณะเดินทางไปด้วยกัน

1.3 **ความเหมาะสมลงตัว** โดยเฉพาะในเรื่องการวางแผนการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนและการเตรียมการล่วงหน้า รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัยและปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้น โดยผู้จัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสียเวลาในการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาใดๆ ในระหว่างการท่องเที่ยว จึงรู้สึกสบายและท่องเที่ยวได้

1.4 **ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร** หากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากค่านักท่องเที่ยวมาก และนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษานั้นได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยวจะช่วยลดอุปสรรคดังกล่าวได้

1.5 **สิทธิพิเศษที่ได้รับ** นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปหมู่คณะ อาจได้รับสิทธิพิเศษบางอย่าง เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญบางแห่งจะเปิดให้แก่บุคคลบางคณะเท่านั้น หรือการได้เดินทางไปกับบุคคลสำคัญในคณะ เป็นต้น

**การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT –Foreign Individual Tourism)** เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเองทุกอย่าง หรือการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก เป็นต้น แต่เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อใด และจะใช้เวลานานเท่าใด เป็นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวคนนั้นเอง ในกรณีการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นแล้ว แต่หากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับเส้นทางหรือสถานที่นั้นๆ ก็อาจเสียทั้งเวลาและเงินทองมากเกินไป การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ มาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่นั้นดีแล้ว

เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ คือ

1. มีความเป็นส่วนตัวสูง และสามารถยืดหยุ่นเวลาได้ตามต้องการ ทั้งนี้หากเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามเวลาที่กำหนดไว้ในรายการนำเที่ยวอย่างเคร่งครัด โอกาสที่จะเยี่ยมชมสถานที่ที่สนใจอย่างละเอียดจึงมีน้อย

2. ต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน กล่าวคือ หากท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมักจะไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวกลับไม่มีเวลาได้ศึกษาสถานที่นั้นอย่างละเอียดอย่างที่ต้องการ หรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้วัฒนธรรม หรือรู้จักกับคนในท้องถิ่นได้เต็มที่ นักท่องเที่ยวจึงเพียงได้แค่สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นโดยผิวเผิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางจะมีโอกาสในการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้ง ตามความต้องการ เนื่องจากมีเวลามากกว่า และสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รณพร แววกักดี (2542) การวิจัยเรื่อง "ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1999" ผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ การมองภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจะมองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเกิดภาพลักษณ์เหล่านี้แตกต่างกันก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ชีวิตกลางคืน ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การจับจ่ายสินค้าและ การคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ ทัศนียภาพทางด้านการท่องเที่ยวในระดับ มาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และชีวิตกลางคืน นักท่องเที่ยว ต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก เช่นเดียวกับการจับจ่าย สินค้านักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวโอเชียนิก แต่ชาวอเมริกาและชาวเอเชีย มีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงต่ำ ด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวชาวโอเชียนิกและชาวอเมริกา มีทัศนคติที่ไม่ดีนัก แต่ชาวเอเชียและชาวยุโรป มีความพึงพอใจเรื่องการคมนาคมในระดับ ปานกลาง ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีความพึงพอใจในระดับต่ำ มาก แต่ชาวเอเชีย ชาวโอเชียนิกและชาวอเมริกา มีความพึงพอใจเรื่อง ความปลอดภัยในระดับปานกลางถึงต่ำก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การมองภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจะมองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเกิด ภาพลักษณ์เหล่านี้ไม่แตกต่างกันก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานที่พักอาศัย อาหาร ไทย กีฬา นิสัยคนไทย และข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังมีความพึงพอใจสูงในด้านอาหารไทย นิสัยคนไทย และมีทัศนคติด้านสถานที่พัก



อาศัย ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระดับ ปานกลางถึงต่ำ ส่วนทางด้านการศึกษาของไทยนั้น ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดทัศนคติเชิงลบ หลังจากการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป มีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก คำนึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนชาวอเมริกาและชาวโอเชียเนียเกิดความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้นและยังมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก หลังการเดินทาง ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรมของ กรุงเทพมหานคร จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นและทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว ชาวอเมริกาทั้ง ก่อนและหลังการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่ามี ความพึงพอใจในระดับสูงมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นชาวเอเชียและอเมริกามีความพึงพอใจในด้าน ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว หลังเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เท่านั้น สรุปได้ว่า หลังจากการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว อันคับคั่ง ๆ คือ แหล่งวัฒนธรรม นิทรรศน์ไทย อาหารไทย การจับจ่ายสินค้า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องของชีวิตกลางคืน ความปลอดภัยคมนาคม ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและทัศนียภาพทางด้าน การท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกีฬาในระดับต่ำมาก

พัฒนาจิตา พิระภัก ไทศาล (2547) ศึกษาเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ทะเลบริเวณเกาะล้าน พบว่า การศึกษาสภาพของทรัพยากรได้ทะเลบริเวณเกาะล้านในอดีตและในปัจจุบันแตกต่างกัน พบว่า สภาพในอดีตนั้นจะมีความอุดมสมบูรณ์ของปะการังและธรรมชาติที่สวยงามมากที่สุดและมากกว่าในปัจจุบัน การศึกษาปัญหาของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ทะเลบริเวณเกาะล้าน พบว่า ปัญหาของทรัพยากรการท่องเที่ยวเกิดจากเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่เฉี่ยวชนปะการัง การจอดเรือในที่ห้ามจอด น้ำเสียที่ปล่อยจากบ้านเรือนร้านอาหาร และมาจาก การกระทำของมนุษย์ แต่ sea walking ทำให้เสียหายน้อยมาก การศึกษามุมมองเกี่ยวกับการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเกาะล้าน พบว่า แนวทางในการพัฒนาควรมีการปลูกปะการังเทียม ควรมีความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ควรมีทุนบอกรุกที่จอดเรือ บอกรุกว่าขนำ ทุนกันขยะให้เพียงพอต่อความต้องการ ตลอดจนควรมีโครงการสร้างจิตสำนึก เกี่ยวกับการเฝ้าระวัง และสื่อเองก็ควรให้ข่าวในทางที่ส่งเสริมไม่ควรนำเสนอข่าวในแนวทางที่ทำให้การท่องเที่ยวแย่ลง กว่าเดิม ตลอดจนถ้าประชาชน นักท่องเที่ยวและภาคเอกชน ไม่ให้ความร่วมมือการพัฒนา การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ การศึกษาในภาพรวม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ช่วย ส่งเสริมให้เศรษฐกิจของเกาะล้านดีขึ้น พบว่า ส่วนมากเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพราะจะทำให้ทรัพยากรธรรมชาติคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนตลอดไป และการศึกษาพฤติกรรมและลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะล้าน พบว่า ส่วนมากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะห่วงแหนและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากกว่าชาวไทย

นิออน ศรีสมขง (2549) ศึกษา เรื่องการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปคือ รู้ว่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามอีกหลายแห่งในจังหวัดเหล่านั้น ซึ่งสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ และต้องการช่วยเหลืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ฯ จำนวน 713 ราย ผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจไม่ไปท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้วางแผนที่จะเดินทางไปตั้งแต่แรกแล้ว ดังนั้นปัจจัยอื่นๆ คือ โรคระบาด ความสะอาด ความปลอดภัย การได้รับประกาศเตือน การฟื้นฟูพื้นที่และฟื้นฟูกิจการของผู้ประกอบการ ความเชื่อเรื่องวิญญาณ จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ไปท่องเที่ยว

ส่วนในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อโครงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ ผู้วิจัยได้สอบถามผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 800 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการการยกเว้นค่าธรรมเนียมเข้าอุทยานแห่งชาติทางทะเลในทะเลอันดามัน ส่วนทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมส่งเสริมการขายในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะเป็ปัจจัยให้ตัดสินใจเดินทางไปหรือไม่ สำหรับทัศนคติที่มีต่อ โครงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว คือ การคิดตั้งสัญญาเตือนภัยคลื่นยักษ์สึนามิ และ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดเพื่อความปลอดภัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจกับโครงการเหล่านี้ว่าจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้หรือไม่ เช่นเดียวกับกิจกรรมส่งเสริมการขาย

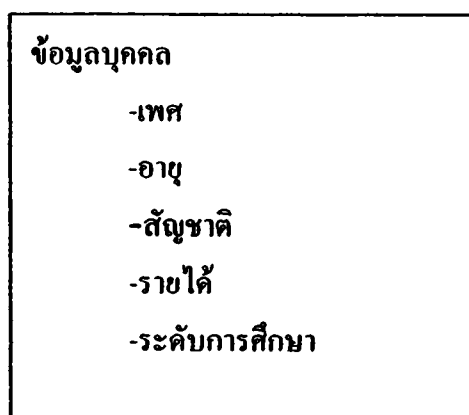
สำหรับประเด็นสุดท้ายคือเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง การจัดการเดินทาง และความถี่ในการเดินทาง กับ ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโครงการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการ

เส้นทางที่แตกต่างกันมีผลทำให้ทัศนคติต่อโครงการฟื้นฟูและโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

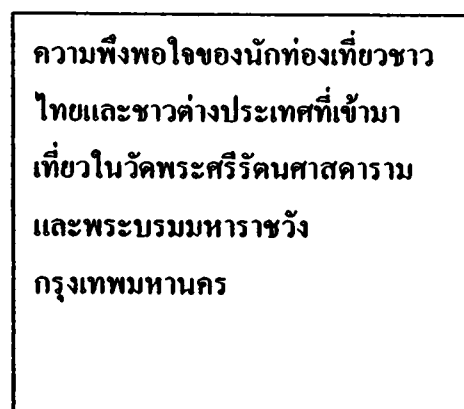
สรุป จากการศึกษาวิจัยของ รณพร แววกักดี ,พัฒนัชดา พิระภักดีไพศาล และนิออน ศรีสมขง จากการศึกษาที่ได้ข้างต้นแล้วมองถึงการท่องเที่ยว การศึกษาของผู้ศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว โดยการศึกษาของผู้ศึกษานั้นเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1.การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผลงานวิจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

2.การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้แก่

2.1 ประชากร หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือ เลือกสุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เป็นจำนวน 100 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 100 ชุด

2.3 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ซึ่งคำถามในแบบสอบถามมีทั้งลักษณะปลายปิด (Close-ended-questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open-ended-questionnaire) จำนวน 200 ชุด เพื่อวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

ก่อนที่จะได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจ แนะนำในรายละเอียด และแก้ไขจนสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือประกอบการวิจัยคือ แบบสอบถาม ในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

1. เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
2. เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ผู้ร่วมในการเดินทาง ระยะเวลาที่เข้ามาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว โอกาสในการมาเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด
3. เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามมีข้อความให้นักท่องเที่ยวแสดงความรู้สึกถึงความพึงพอใจ โดยให้ตอบว่าพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กับข้อความที่กำหนดและมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

ช่วงคะแนนที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจ

1.00-2.33	ระดับน้อย
2.34-3.67	ระดับปานกลาง
3.68-5.00	ระดับมาก

4. ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และ พระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

### 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม
3. ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา
4. ปรับปรุงก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

### 3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และดำเนินการ สัมภาษณ์ ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในช่วง เดือนเมษายน 2552 ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามซึ่งคำถามในแบบสอบถามมี ทั้งลักษณะปลายปิดและปลายเปิดจำนวน 200 ชุด เพื่อวัดความสนใจและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยข้อมูลที่ ได้มาจำนวน 200 ชุดนั้นถูกนำมาจัดระเบียบบลงรหัส เพื่อใช้ในการประมวลผลด้วยเครื่อง คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS ( Statistical Package for the Social Science)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เช่น ตำรา วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 3.6 วิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้ศึกษานำข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร เพื่อมาวิเคราะห์ถึงแนวทางให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจต่อการมาเที่ยว

2. ผู้ศึกษารวบรวมปัญหา และอุปสรรคที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มที่ศึกษา เพื่อนำเสนอถึงปัญหาและอุปสรรคของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว

3. ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์จากวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

#### การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้นำมาแจกแจงตามลักษณะที่ต้องการศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม สำหรับคำถามปลายเปิด
3. ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่และลงรหัสข้อมูล
4. ป้อนรหัสข้อมูลลงเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรม SPSS for Windows
5. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้การคำนวณค่าสถิติ ซึ่งแยก

การวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่ปัจจุบัน โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Chi-Square กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.4 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Chi-Square กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.5 วิเคราะห์ข้อมูลความสนใจที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร แยกต่างกัน โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Chi-Square กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของ วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร ได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร
- 4.4 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.0 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 42.0 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	84	42.0
หญิง	116	58.0
รวม	200	100.0

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 37.0 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 35.0 ต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 มีค่าน้อยที่สุด ร้อยละ 3.0 เท่ากัน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	3.0
21-30 ปี	70	35.0
31-40 ปี	74	37.0
41-50 ปี	44	22.0
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	6	3.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 48.5 นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 43.0 และน้อยที่สุด นับถือศาสนาฮินดู ร้อยละ 1.0 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของศาสนาของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
ศาสนาพุทธ	97	48.5
ศาสนาฮินดู	2	1.0
ศาสนาอิสลาม	15	7.5
ศาสนาคริสต์	86	43.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

**ระดับการศึกษา** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.0 รองลงมา มีระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 29.0 และน้อยที่สุด ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 8.0 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ระดับประถมศึกษา	26	13.0
ระดับมัธยมศึกษา	58	29.0
ระดับปริญญาตรี	82	41.0
ระดับปริญญาโท	18	9.0
ระดับปริญญาเอก	16	8.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

**อาชีพ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจ ร้อยละ 28.0 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุด นักเรียน ร้อยละ 7.0 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	14	7.0
นักธุรกิจ	56	28.0
แม่บ้าน	20	10.0
เจ้าหน้าที่รัฐ	44	22.0
พนักงานบริษัท	50	25.0
เกษียณ	16	8.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

**สัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติไทยและสัญชาติต่างประเท ร้อยละ 50.0 ดังตารางที่ 4.6**

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของสัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	100	50.0
ต่างประเทศ	100	50.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

**รายได้ประมาณต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ30.0 รองลงมา มีรายได้ประมาณต่อเดือน10,000-20,000 บาท ร้อยละ 23.5 และน้อยที่สุด มีรายได้ประมาณต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ11.0 ดังตารางที่ 4.6**

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของรายได้ประมาณต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

รายได้ประมาณต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	26	13.0
10,000-20,000 บาท	47	23.5
20,001-30,000 บาท	60	30.0
30,001-40,000 บาท	45	22.5
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	22	11.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลที่ได้เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่าข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. คุณเดินทางมาเที่ยวบ่อยครั้งแค่ไหน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก ร้อยละ 57.5 รองลงมา มาปีละครั้ง ร้อยละ 26.5 และน้อยที่สุดมา 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 16.0
2. คุณเดินทางมาท่องเที่ยวกับใคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 42.0 รองลงมา เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 41.0 และน้อยที่สุด มาคนเดียว ร้อยละ 2.0
3. ท่านไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดอีกบ้าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางไปวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) ร้อยละ 52.0 รองลงมา เดินทางไปศาลหลักเมือง ร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุด เดินทางไปวัดอรุณราชวราราม ร้อยละ 22.5
4. พักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 74.0 และไม่พักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 26.0
5. จุดประสงค์อย่างไรในการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ คือ ท่องเที่ยว ร้อยละ 31.0 รองลงมา มีจุดประสงค์ คือ หุุดพักผ่อน ร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดมีจุดประสงค์ คือ ประชุม สัมมนา และการศึกษา ร้อยละ 10.0
6. สถานที่ท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านสนใจในการเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สนใจด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณสถาน ร้อยละ 25.0 รองลงมา สนใจพิพิธภัณฑ์ และสินค้าโบราณ ร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุด สนใจ ด้านธรรมชาติ ร้อยละ 7.0
7. คุณชอบจุดเด่นอะไรในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบพระแก้วมรกต ร้อยละ 61.5 รองลงมา ชอบความสวยงามของพระที่นั่งสุทไธสวรรยาปราสาท ร้อยละ 51.0 และน้อยที่สุด ชอบการจัดแสดงเหรียญกษาปณ์สนใจ ร้อยละ 43.0
8. ชนิดของยานพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 51.0 รองลงมา เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 27.0 และน้อยที่สุด เดินทางโดยรถไฟ ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (N = 200)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>คุณเดินทางมาเที่ยวบ่อยครั้งแค่ไหน</b>		
ครั้งแรก	115	57.5
ปีละครั้ง	53	26.5
2 ครั้งต่อปี	32	16.0
รวม	200	100.0
<b>คุณเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร</b>		
คนเดียว	4	2.0
บริษัทนำเที่ยว	82	41.0
เพื่อน	84	42.0
ครอบครัว	30	15.0
รวม	200	100.0
<b>ท่านไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดอีกบ้าง</b>		
วัดอรุณราชวราราม	45	22.5
ศาลหลักเมือง	51	25.5
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)	104	52.0
รวม	200	100

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>พักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร</b>		
ใช่	148	74.0
ไม่ใช่	52	26.0
รวม	200	100.0
<b>จุดประสงค์อย่างไรในการเดินทางเข้ามายัง กรุงเทพมหานคร</b>		
เพื่อเดินทางต่อไปยังสถานที่อื่น	31	15.5
ด้านธุรกิจ	41	20.5
ท่องเที่ยว	62	31.0
เยี่ยมชมหรือเพื่อน	42	21.0
ซื้อสินค้า	35	17.5
หยุดพักผ่อน	48	24.0
ประชุม สัมมนา และการศึกษา	20	10.0
<b>สถานที่ท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านสนใจในการ เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร</b>		
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	30	15.0
แหล่งท่องเที่ยวชมราตรี	25	12.5
ด้านอาหาร	28	14.0
ด้านธรรมชาติ	14	7.0
แหล่งซื้อสินค้า	39	19.5
พิพิธภัณฑ์ และสินค้าโบราณ	42	21.0
สถานบันเทิง	36	18.0
ด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณสถาน	50	25.0

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>คุณสมบัติเด่นอะไรในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง</b>		
พระแก้วมรกต	123	61.5
จิตรกรรมฝาผนังบอกเล่าเรื่องราวของ รามเกียรติ์	58	29.0
พระปรางค์ 8 องค์	97	48.5
การจัดแสดงเหรียญกษาปณ์	56	28.0
ความสวยงามของพระที่นั่งสุทิตมหาปราสาท	102	51.0
<b>ชนิดของยานพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
โดยเครื่องบิน	102	51.0
โดยทางเรือ	12	6.0
โดยรถไฟ	4	2.0
โดยรถยนต์ส่วนบุคคล	54	27.0
โดยรถโดยสารประจำทาง	18	9.0
โดยรถจักรยานยนต์	10	5.0
รวม	200	100

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ความสนใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามด้านต่างๆ แล้ว สามารถนำเสนอข้อมูลได้ดังนี้



#### 4.3.1 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (N = 200)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ร้อยละ 65.0 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะอาด รวดเร็ว ร้อย ในเรื่องเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ได้รับความพึงพอใจจากเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี ร้อยละ 17.0, 12.0, 11.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของความพึงพอใจต่อด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (N = 200)

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	48 (24.0)	130 (65.0)	22 (11.0)	-	-
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะอาด รวดเร็ว	50 (25.0)	126 (63.0)	24 (12.0)	-	-
เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	48 (24.0)	130 (65.0)	22 (11.0)	-	-
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	40 (20.0)	126 (63.0)	34 (17.0)	-	-

#### 4.3.2 ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (N = 200)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เรื่องการให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน ร้อยละ 25.0 และในระดับมาก ได้รับความพึงพอใจจากมีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน ร้อยละ 72.0 ในระดับปานกลางได้รับความพึงพอใจจากการแต่งกายจากการมีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ร้อยละ 66.0 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (N = 200)

ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน	50 (25.0)	132 (66.0)	18 (9.0)	-	-
มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	40 (22.0)	132 (66.0)	28.0 (14.0)	-	-
มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	48 (24.0)	144 (72.0)	8 (4.0)	-	-
มีผู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ	46 (23.0)	134 (67.0)	20 (10.0)	-	-

#### 4.3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (N = 200)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เรื่องมีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน และการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด / สวยงาม, การตกแต่งด้าน สถาปัตยกรรมที่เหมาะสม ความสวยงามของบริเวณวัด , การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน) ร้อยละ 2.0 และในระดับมาก ได้รับความพึงพอใจด้านการเดินทางมายังวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ร้อยละ 69.0 ในระดับปานกลางได้รับความพึงพอใจจากการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ ร้อยละ 35.0 ในระดับน้อยได้รับความพึงพอใจจากร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนบริเวณวัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวังมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร ร้อยละ 2.0 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ร้อยละของด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (N = 200)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเดินทางมายังวัดพระศรีรัตนศาสดารามและ พระบรมมหาราชวังมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	28 (14.0)	138 (69.0)	34 (17.0)	-	-
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	26 (13.0)	124 (62.0)	50 (25.0)	-	-
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้ งาน	46 (23.0)	128 (64.0)	26 (13.0)	-	-
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนบริเวณวัดพระ แก้วและพระบรมมหาราชวังมีจำนวนเพียงพอ / ราคา เหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร	18 (9.0)	110 (55.0)	68 (34.0)	4 (2.0)	-
การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ ความรู้ เอกสารแผ่นพับ	18 (9.0)	110 (55.0)	70 (35.0)	2 (1.0)	-
สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์ สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	20 (10.0)	114 (57.0)	64 (32.0)	2 (1.0)	-
การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว (ความสะอาด / สวยงาม, การตกแต่งด้าน สถาปัตยกรรมที่เหมาะสม ความสวยงามของบริเวณวัด , การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)	46 (23.0)	116 (58.0)	38 (19.0)	-	-

#### 4.4 การทดสอบสมมติฐานในการศึกษา

4.4.1 สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่าคือ

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของความพึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้ (N = 200)

ความพึงพอใจในภาพรวม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับปานกลาง	26	13.0
ระดับมาก	132	66.0
ระดับมากที่สุด	42	21.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ในระดับมากร้อยละ 66.0 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4.2 สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ

1) นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 26.4 ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพศชายมีความพึงพอใจเพียงร้อยละ 19.1 แสดงว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 28.4 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจร้อยละ 23.0 แสดงว่าอายุไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาพุทธ มีความพึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 28.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอื่นๆ มีความพึงพอใจร้อยละ 22.0 แสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 28.0 ในขณะที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจร้อยละ 18. แสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 29.0 ในขณะที่อาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 28.0 แสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

6) นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติไทย มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 26.4 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจมากและมากที่สุด ร้อยละ 23.9 แสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

7) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ร้อยละ 26.7 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ร้อยละ 22.2 แสดงว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สัญชาติ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ รายละเอียดแสดงดังตาราง 4.12

ตารางที่ 4.12 ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (N = 200)

ปัจจัยส่วนบุคคล	น้อยที่สุดและปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
<b>เพศ</b>				
ชาย	11.7	65.0	19.1	100.0
หญิง	10.4	67.0	26.4	100.0
$\chi^2 = 1.490$	df. = 2	p = .475		
<b>อายุ</b>				
ต่ำกว่า 41 ปี	14.9	56.8	28.4	100.0
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	6.0	74.0	23.0	100.0
$\chi^2 = 5.239$	df. = 4	p = .264		
<b>ศาสนา</b>				
ศาสนาพุทธ	10.0	62.0	28.0	100.0
ศาสนาอื่นๆ	7.0	71.0	22.0	100.0
$\chi^2 = 5.113$	df. = 2	p = .078		
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.0	67.0	18.0	100.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	7.0	65.0	28.0	100.0
$\chi^2 = 5.113$	df. = 2	p = .078		
<b>อาชีพ</b>				
นักเรียน	13.5	73.1	13.5	100.0
นักธุรกิจ	12.5	62.5	25.0	100.0
แม่บ้าน	12.0	60.0	28.0	100.0
เจ้าหน้าที่รัฐ	4.8	69.0	26.2	100.0
พนักงานบริษัท	12.0	59.0	29.0	100.0
เกษียณ	19.0	59.0	22.0	100.0
$\chi^2 = 4.183$	df. = 2	p = .123		
<b>สัญชาติ</b>				
ไทย	0	96 (73.6)	35 (26.4)	100.0
ต่างประเทศ	0	53 (76.1)	16 (23.9)	100.0
$\chi^2 = .082$	df. = 1	p = .775		

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายได้	0	84.6	15.4	100.0
น้อยกว่า 10,000 บาท	17.0	68.1	14.9	100.0
10,000-20,000 บาท	13.3	60.0	26.7	100.0
20,001-30,000 บาท	8.9	68.9	22.2	100.0
30,001-40,000 บาท	9.1	50.0	4.5	100.0
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป				
<hr/>				
	$\chi^2 = 13.024$	df. = 8	p = .111	
<hr/>				

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ  
เกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี รองลงมามีอายุ 21-30 ปี และอายุน้อย  
ที่สุดมีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 50ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาระดับ  
มัธยมศึกษา และน้อยที่สุดระดับประถมศึกษา

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจ รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัท  
และน้อยที่สุดเกษียณ

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของ  
ครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาท รองลงมามีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,000-  
20,000 บาท และน้อยที่สุดส่วนใหญ่มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาศาสนาคริสต์ น้อยที่สุด  
ศาสนาฮินดู

##### ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเดินทางมาครั้งแรก ร้อยละ 57.5 เดินทางมากับเพื่อน  
ร้อยละ 42.0 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราช  
วรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) ร้อยละ 52.0 มีการพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พัก  
ค้างคืนที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 74.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ คือ ท่องเที่ยว ร้อยละ  
31.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สนใจด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และ โบราณสถาน ร้อยละ 25.0



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบพระแก้วมรกต ร้อยละ 61.5 ชนิดของยานพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมา  
ท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 51.0

**ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และ  
พระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร**

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรายข้อในทุกด้านและในภาพรวมของ  
การท่องเที่ยวในครั้งนี้ อยู่ในระดับมากทั้งหมด

#### **ข้อมูลเกี่ยวกับผลการทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตน  
ศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกล่าวคือ  
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ในระดับมากร้อยละ 66.0 จึง  
เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### **สมมติฐานที่ 2**

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มา  
ท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่า  
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง  
กรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มา  
ท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่า  
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง  
กรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มา  
ท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่า  
ศาสนาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง  
กรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ พบว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

## 5.2 อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีความสงบร่มรื่น มีสิ่งแสดงถึงศิลปวัฒนธรรม ภายในบริเวณวัดพระแก้ว ประกอบด้วยสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งสร้างสรรค์ด้วยสถาปัตยกรรมไทย ที่ประดับประดาไว้ทั่วบริเวณวัดอย่างวิจิตรพิสดาร วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง เป็นสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ของประชาชนในประเทศไทย ปัจจุบันวัดพระแก้วเป็นสถานที่ ดึงดูดผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก ให้เข้ามาเยี่ยมชมและสักการบูชาเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณพร แววกักดี (2542) การวิจัยเรื่อง "ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานคร ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1999" ผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ การมองภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจะมองปัจจัยที่มีผลกระทบคือ การเกิดภาพลักษณ์เหล่านี้แตกต่างกันก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ดังนี้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ชีวิคกลางคืน ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การจับจ่ายสินค้าและ การคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และทัศนียภาพ

ทางการท่องเที่ยวในระดับ มาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และชีวิตกลางคืน นักท่องเที่ยว ต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก เช่นเดียวกับการจับจ่าย สินค้า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวโอเชียนิก แต่ชาวอเมริกาและชาวเอเชีย มีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงต่ำ ด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวชาวโอเชียนิกและชาวอเมริกา มีทัศนคติที่ไม่ดีนัก แต่ชาวเอเชียและชาวยุโรป มีความพึงพอใจเรื่องการคมนาคมในระดับ ปานกลาง ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีความพึงพอใจในระดับต่ำ มาก แต่ชาวเอเชีย ชาวโอเชียนิกและชาวอเมริกา มีความพึงพอใจเรื่อง ความปลอดภัยในระดับปานกลางถึงต่ำก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การมองภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจะมองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเกิด ภาพลักษณ์เหล่านี้ไม่แตกต่างกันก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานที่พัก อาศัย อาหาร ไทย กีฬา นิสัยคนไทย และข้อมูลทางการท่องเที่ยว นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศยังมีความพึงพอใจสูงในด้านอาหาร ไทย นิสัยคนไทย และมีทัศนคติด้านสถานที่พัก อาศัย ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในระดับ ปานกลางถึงต่ำ ส่วนทางการกีฬาของไทยนั้น ไม่เป็นที่ รู้จักอย่างแพร่หลาย ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดทัศนคติเชิงลบ หลังการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป มีความพึงพอใจในระดับปาน กลางถึงมากด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนชาวอเมริกาและชาวโอเชียนิกเกิดความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้นและยังมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก หลัง การเดินทาง ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรมของ กรุงเทพมหานคร จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นและทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว ชาวอเมริกาทั้ง ก่อนและหลังการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่ามี ความพึงพอใจในระดับสูงมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็น ชาวเอเชียและอเมริกามีความพึงพอใจในด้าน ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว หลังเดินทางมา ท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เท่านั้น สรุปได้ว่า หลังการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว อันดั้บค้น ๆ คือ แหล่ง วัฒนธรรม นิสัยคนไทย อาหาร ไทย การจับจ่ายสินค้า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องชีวิตกลางคืน ความปลอดภัยคมนาคม ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและทัศนียภาพทาง ด้าน การท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านกีฬาในระดับต่ำมากคั้งนั้นหากเดินทางมาแล้วสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ในระดับ ที่ดีพอ ก็น่าที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับที่สูงแต่ถ้าหากไม่สามารถสนองตอบต่อ ความต้องการทั้งหมดได้ความพึงพอใจก็จะลดต่ำลงตามไปด้วย ประกอบกับข้อมูลที่ได้รับพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะเดินทางมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต ซึ่ง

แสดงให้เห็นว่าการมาท่องเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอสมควร ดังนั้นจึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั่นเอง

ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ ศศิธร จันทา (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางจัดการสวนสัตว์ในเขตเมืองในทัศนะของผู้ใช้บริการ: กรณีศึกษาสวนสัตว์ดุสิต พบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะทางเศรษฐกิจ/สังคม ได้แก่ รายได้ อาชีพ และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม/การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสวนสัตว์ดุสิต กับ ความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการสวนสัตว์ดุสิต พบว่า อายุ รายได้ อาชีพ และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม/การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสวนสัตว์ดุสิตของประชาชน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการสวนสัตว์ดุสิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงสวนสัตว์ดุสิต ซึ่งเห็นว่า ควรพัฒนาหรือปรับปรุงมากที่สุด สามารถจำแนกได้เป็น 3 ด้าน คือด้านสภาพแวดล้อม ด้านการจัดแสดงสัตว์ ด้านการบริการ และรองลงมาได้แก่ การขยายพื้นที่ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และให้สัตว์มีที่อยู่ใกล้เคียงสภาพตามธรรมชาติ ไม่แออัดจนเกินไป เพราะจะทำให้สัตว์ป่วยหรือติดโรคได้ ควรย้ายไปอยู่พื้นที่บริเวณชานเมืองที่เดินทางสะดวก ควรอนุรักษ์สภาพธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และต้นไม้ไว้ โดยจัดบริเวณให้ร่มรื่น สงบ น่าพักผ่อนและเป็นระเบียบ สวยงาม และเป็นร่มเงาที่อยู่อาศัยของสัตว์ ตลอดจนหาพันธุ์ไม้ป่า ไม้หายาก มาปลูกให้ประชาชนได้ศึกษา การจัดให้มีที่จอดรถเป็นสัดส่วน มีระเบียบ และจอดรถได้มากขึ้น จัดหาสัตว์ป่าที่หายากมาให้ศึกษา และเพิ่มจำนวนสัตว์ให้มากขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์มากที่สุด เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาเที่ยวมากขึ้น และในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดกิจกรรมต่างๆของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง ให้มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีเจ้าหน้าที่ พนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง ในแต่ละจุดเพื่ออธิบายข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้ศึกษา
4. ควรมีเจ้าหน้าที่ เดินตรวจตราภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง ในแต่ละวันอย่างต่อเนื่อง เพราะพื้นที่ภายในกว้างขวางต้องมีการดูแลอย่างทั่วถึง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง เท่านั้น ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจะได้มาจากกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียว ฉะนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาให้ครอบคลุมถึงสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่น ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกัน เช่น วัดที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กว้างขึ้นทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอเพื่อที่จะได้มีการปรับรูปแบบของสถานที่ให้เป็นที่สวยงามและสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการพัฒนาวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง เจาะลึกโดยสัมภาษณ์ผู้บริหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น
4. ควรทำการศึกษาเรื่อง วิถีทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง
5. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการในการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม โบราณสถาน สถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ในรูปแบบที่เหมาะสมและเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น ตลอดจนศึกษาถึงกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ให้

ประชาชนนักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในประเภนี้ ให้มีมากขึ้นกว่าเดิม

6.ควรมีการศึกษาเจาะลึกถึงสื่อประเภทต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง โดยเน้นไปที่โครงการต่างๆที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการนำเสนอว่ามีเนื้อหาอย่างไรและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ เพื่อทำการปรับปรุงการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดใจไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ทั่วประเทศเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการประชาสัมพันธ์

## ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถาม**



## แบบสอบถาม

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร” ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านได้โปรดให้ความร่วมมือพิจารณาและตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถาม และคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการศึกษา

ดังนั้นจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอความแสดงความนับถือ

นางสาวนภาพร แซ่ลี

นักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

### แบบสอบถาม

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ของ  
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

กรุณาตอบแบบสอบถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่เลือก และเขียนข้อคิดเห็นของท่านใน.....

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### 1.1 เพศ

- (1) ชาย  (2) หญิง

#### 1.2 อายุ

- (1) ต่ำกว่า 20 ปี  (2) 20-30 ปี  (3) 31-40 ปี  
 (4) 41-50 ปี  (5) มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

#### 1.3 ศาสนา

- (1) ศาสนาพุทธ  (2) ศาสนาฮินดู  
 (3) ศาสนาอิสลาม  (4) ศาสนาคริสต์  (5) อื่นๆ.....

#### 1.4 ระดับการศึกษา

- (1) ระดับประถมศึกษา  (2) ระดับมัธยมศึกษา  
 (3) ระดับปริญญาตรี  (4) ระดับปริญญาโท  
 (6) ระดับปริญญาเอก  (7) อื่นๆ.....

#### 1.5 อาชีพ

- (1) นักเรียน  (2) นักธุรกิจ  
 (3) แม่บ้าน  (4) เจ้าหน้าที่รัฐ  
 (5) พนักงานบริษัท  (6) เกษียน  
 (7) อื่นๆ (ระบุ).....

#### 1.6 สัญชาติ

- (1) ไทย  (2) ต่างประเทศ

1.7 รายได้โดยประมาณต่อเดือน

- (1) น้อยกว่า 10,000 บาท  (2) 10,000-20,000 บาท  
 (3) 20,001-30,000 บาท  (5) 30,001-40,000 บาท  
 (6) มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1 คุณเดินทางมาเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง บ่อยครั้งแค่ไหน

- (1) ครั้งแรก  (2) ปีละครั้ง  
 (3) 2 ครั้งต่อปี  (4) 3 ครั้งต่อปี  
 (5) มากกว่า 5 ครั้งต่อปี  (6) อื่นๆ.....

2.2 คุณเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

- (1) เดินทางคนเดียว  (2) บริษัทนำเที่ยว  
 (3) เดินทางกับเพื่อน.....คน  (4) เดินทางกับครอบครัว.....คน  
 (5) แบคแพ็กเกอร์  (6) เจ้าหน้าที่ของรัฐ  
 (7) อื่นๆ.....

2.3 นอกจากท่านเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังแล้ว ท่านไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดอีกบ้าง

- (1) วัดอรุณราชวราราม  
 (2) ศาลหลักเมือง  
 (3) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)

(นักท่องเที่ยวชาวไทย ข้ามไปตอบข้อ 2.7)

2.4 คุณพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานครหรือไม่

- (1) ใช่จำนวน.....คืน  (2) ไม่

2.5 คุณมีจุดประสงค์อย่างไรในการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพมหานคร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) เพื่อเดินทางต่อไปยังสถานที่อื่น | <input type="checkbox"/> (2) ด้านธุรกิจ           |
| <input type="checkbox"/> (3) ท่องเที่ยว                      | <input type="checkbox"/> (4) เยี่ยมญาติหรือเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> (5) ซื้อสินค้า                      | <input type="checkbox"/> (6) หยุดพักผ่อน          |
| <input type="checkbox"/> (7) ประชุม สัมมนา และการศึกษา       |   |
| <input type="checkbox"/> (8) อื่นๆ (โปรดระบุ).....           |   |

2.6 สถานที่ท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านสนใจในการเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี                | <input type="checkbox"/> (2) แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี   |
| <input type="checkbox"/> (3) ด้านอาหาร                             | <input type="checkbox"/> (4) ด้านธรรมชาติ              |
| <input type="checkbox"/> (5) แหล่งซื้อสินค้า                       | <input type="checkbox"/> (6) พิพิธภัณฑ์ และสินค้าโบราณ |
| <input type="checkbox"/> (7) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ              | <input type="checkbox"/> (8) สถานบันเทิง               |
| <input type="checkbox"/> (9) ด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และ โบราณสถาน |  |
| <input type="checkbox"/> (10) อื่นๆ.....                           |  |

2.7 คุณชอบจุดเด่นอะไรในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> (1) พระแก้วมรกต                                   |
| <input type="checkbox"/> (2) จิตรกรรมฝาผนังบอกเล่าเรื่องราวของ รามเกียรติ์ |
| <input type="checkbox"/> (3) พระปรางค์ 8 องค์                              |
| <input type="checkbox"/> (4) การจัดแสดงเหรียญกษาปณ์                        |
| <input type="checkbox"/> (5) ความสวยงามของพระที่นั่งสุทไธสวรรยปราสาท       |
| <input type="checkbox"/> (6) อื่นๆ(โปรดระบุ).....                          |

2.8 ชนิดของยานพาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาท่องเที่ยว

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) โดยเครื่องบิน       | <input type="checkbox"/> (2) โดยทางเรือ         |
| <input type="checkbox"/> (3) โดยรถไฟ             | <input type="checkbox"/> (4) โดยรถยนต์ส่วนบุคคล |
| <input type="checkbox"/> (5) โดยรถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> (6) โดยรถจักรยานยนต์   |
| <input type="checkbox"/> (9) อื่นๆ.....          |   |

ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวัง กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ</b>					
1.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร					
1.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว					
1.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระจือร้อร้น เต็มใจให้บริการ					
1.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี					
<b>2. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ</b>					
2.1 การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน					
2.2 มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม					
2.3 มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน					
2.4 มีผู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ					
<b>3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
3.1 ด้านการเดินทางมายังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระบรมมหาราชวังมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน					

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวกปลอดภัย					
3.3 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน					
3.4 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนบริเวณวัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวังมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร					
3.5 การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ					
3.6 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี					
3.7 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด / สวยงาม, การตกแต่งด้าน สถาปัตยกรรมที่เหมาะสม ความสวยงามของบริเวณวัด , การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)					
4. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้นักน้อยแค่ไหน					
5. สิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังครั้งนี้ (เรียงลำดับจากมากไปน้อย 1=มากที่สุด)					
<input type="checkbox"/> ความรู้ด้านเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่/ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว					
<input type="checkbox"/> ความสมบูรณ์และสวยงามของสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม					
<input type="checkbox"/> ได้พักผ่อนผ่อนคลายทางด้านจิตใจ					
<input type="checkbox"/> ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่					
<input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง					

<input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังได้
<input type="checkbox"/> อื่น (ระบุ) .....
6. ในฐานะนักท่องเที่ยว ท่านคิดว่าจะมีส่วนร่วมในการดูแลสถาปัตยกรรมความสวยงามของสถานที่อื่น ศักดิ์สิทธิ์นี้ได้อย่างไร
.....
.....
7. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง
.....
.....

**ส่วนที่4: ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง**

**4.1 สิ่งที่ท่านคิดว่าควรปรับปรุงในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) ลานจอดรถ        | <input type="checkbox"/> (2) บริการ โทรศัพท์    |
| <input type="checkbox"/> (3) ระบบการจราจร    | <input type="checkbox"/> (4) สิ่งแวดล้อม        |
| <input type="checkbox"/> (5) ห้องน้ำ         | <input type="checkbox"/> (6) ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร |
| <input type="checkbox"/> (7) ระบบความปลอดภัย |   |
| <input type="checkbox"/> (8) อื่นๆ.....      |   |

**4.2 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ ด้านใดบ้างเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร**

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ ในความร่วมมือและการให้ข้อมูล

## **Questionnaire**

Dear visitors of the GRAND PALACE

This questionnaire was designed for data collection to contribute as a part of my thesis Naming the Study of Interests and Satisfaction of Thai and International Tourists Travelling in Thailand: A Case Study of the Royal Temple and the Grand Palace, Bangkok. This thesis is a partial fulfillment of the Master of Tourism and Entertainment Communication.

I, therefore, would like your kind cooperation in answering ALL the provided questions based on educational purposes. Thank you very much for your valuable time and please do accept my great appreciation and have a great day

Your Sincerely,

Ms. Napaporn Sac-Lee  
Candidate of Master of Communication Arts,  
Kirk University



## Questionnaire

### PART I: GENERAL INFORMATION

**Directions: Please put a tick ( ✓ ) in the blanks based on your personal information**

#### 1.1 Sex

- (1) Male                       (2) Female

#### 1.2 Age

- (1) under 20 years               (2) 20-30 years               (3) 31-40 years  
 (4) 41-50 years               (5) 50 years and higher

#### 1.3 Religion

- (1) Buddhism                       (2) Hinduism  
 (3) Islam                               (4) Christianity  
 (5) Other ( please specify.....)

#### 1.4 Educational level

- (1) Primary level  
 (2) Secondary level ( high school )  
 (3) Bachelor's Degree  
 (4) Master's Degree  
 (5) Doctoral Degree  
 (6) Others (please specify.....)

#### 1.5 Occupation

- (1) student                               (2) business owner  
 (3) housewife/househusband       (4) government officials  
 (5) private sector                       (6) retired  
 (7) Others (please specify.....)

## 1.6 Nationality

- (1) Thai  (2) Foreign

## 1.7 Average monthly income

- (1) below 10,000 (below US \$300)  (2) 10,000-20,000 ( US \$300)
- (3) 20,001-30,000 ( US \$600)  (4) 30,001-40,000 (US\$90)
- (6) over 40,000 (over US \$ 1,200)

**PART 1: TOURIST BEHAVIOR INFORMATION**

**Directions: Please put a tick ( ✓ ) in the blanks based on your personal information**

## 2.1 How often do you visit the Grand Palace ?

- (1) This is my first time
- (2) Once a year
- (3) Twice a year
- (4) Three times a year
- (5) five times a year or more often
- (6) Other (Please specify.....)

## 2.2 Whom are you traveling with on this excursion ?

- (1) Alone.
- (2) With a tour group or travel agent.
- (3) With friend (How many:.....)
- (4) With family(How many:.....)
- (5) Backpacker
- (6) Official State kit
- (7) Others (please specify.....)

## 2.3 Besides the Grand Palace, you also visit.....

- (1) The Temple of Dawn
- (2) City Pillar Shrine
- (3) The Temple of the Reclining Buddha ( Wat Pho )

**(Thai tourist can skip items 2.4-1.6)**

2.4 Do you stay overnight in Bangkok?

- (1) Yes.For.....night(s)     (2) No

2.5 What are your purposes in visiting Bangkok? (More than 1 answer can be selected.)

- (1) On transit  
 (2) Business  
 (3) Leisure  
 (4) Visiting family or friends  
 (5) Shopping  
 (6) Vacation or holidays  
 (7) Meetings/conference/educational purposes  
 (8) Other (please specify.....)

2.6 What type of attractions interest you the most in traveling to Bangkok?

- (1) cultures  
 (2) Night Life  
 (3) Foods  
 (4) Nature  
 (5) Shopping  
 (6) Museums and antique items  
 (7) Ecological attractions  
 (8) Entertainment facilities  
 (9) Historical, religious and architectural attractions  
 (10) Others. (Please specify.....)

2.7 What trait (s) of the Royal Temple and The Grand Palace do you enjoy most?

- (1) The Emerald Buddha
- (2) The Mural Painting of Ramayana
- (3) The Eight Stupas
- (4) The Display of Royal Coins
- (5) Beauty of the Dusit Mahaprasat Throne
- (6) Others.(please specify.....)

2.8 How do you visit these attractions?

- (1) By airplane
- (2) By boat
- (3) By train
- (4) By car
- (5) By bus
- (6) By motorcycle
- (9) Others. (Please specify.....)

**PART 3: INTERESTS AND SATISFACTION OF TOURISTS TOWARDS THE ROYAL TEMPLE AND THE GRAND PLACE.**

Please tick ( ✓ ) the level matching your satisfaction towards The Royal Temple and The Grand Palace

Your Satisfaction	Level of Satisfaction				
	Highest	High	Medium	Low	Very Low
<b>1. The staff of each attraction</b>					
1.1 Being friendly and polite.					
1.2 Providing fast and convenient services.					
1.3 Providing care, enthusiasm, and attentiveness.					
1.4 Providing good advice and information.					
<b>2. Process and sequence of service</b>					
2.1 Providing systematic and orderly service					
2.2 Taking appropriate time in service					
2.3 Providing clear written instructions or suggestions.					
2.4 Providing public hearing bow.					
<b>3. Facilities</b>					
3.1 Convenient transportation.					
3.2 Adequate, well located, and safe parking lot.					
3.3 Clean, sufficient and convenient lavatories.					
3.4 Clean and good quality food shops.					
3.5 Understandable signs and brochure.					
3.6 Basic public facilities (electricity, drinking water, and telephone) are efficient.					
3.7 Space arrangement for leisure and relaxation in the area of attraction. ( Cleanliness, decoration, architecture, beauty of the area, safety, information, and necessary facilities)					

Your Satisfaction	Level of Satisfaction				
	Highest	High	Medium	Low	Very Low
<b>4. Your overall satisfaction in visiting The Royal temple and The Grand Palace.</b>					
<b>5. Please rank your expectation on this visit ranging from the highest(1)to the lowest (7) ones.</b>					
<input type="checkbox"/> Information and knowledge on history and significance of the alteration.					
<input type="checkbox"/> Beauty and wholesomeness of architecture, arts, and cultues.					
<input type="checkbox"/> Mental relaxation.					
<input type="checkbox"/> Convenience,cleanliness,and safety in the attraction					
<input type="checkbox"/> Staff/officers are friendly and polite					
<input type="checkbox"/> Staff/officers can provide insight information about The Royal Temple and The Grand Palace					
<input type="checkbox"/> Others. (Please specify:.....)					
<b>6. As a tourist, how could you contribute to conservation of this beautiful and sacred attraction?</b>					
.....					
.....					
<b>7. How would you like us to improve The Royal Temple and The Grand Palace?</b>					
.....					
.....					

**PART 4: PROBLEMS AND EXPECTATIONS OF TOURISTS TOWARDS THE ROYAL TEMPLE AND THE GRAND PALACE.**

4.1 In your opinion, what should be improved for the temple?

- (1) Parking
- (2) Public Telephone Service
- (3) Traffic System
- (4) Atmosphere
- (5) Lavatories
- (6) Information Tourists Center
- (7) Security
- (8) Other.( please specify:.....)

4.2 Are there any other comments or suggestions you would like to contribute to us regarding the management of tourism in Bangkok?

.....

.....

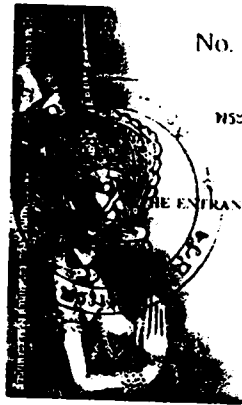
.....

.....

Thank you for your kind cooperation in sharing with us your precious time and informative data.

**ภาคผนวก ข**  
**เอกสารโบว์ชัวร์, บัตรเข้าชม**  
**วัดพระศรีรัตนศาสดาราม**





No. ๓ 816999

**บัตรอนุญาตเข้าชม**

พระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม  
พิพิธภัณฑ์วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

THE ENTRANCE TICKET TO THE GRAND PALACE AND  
THE TEMPLE OF EMERALD BUDDHA  
THIS PART IS VALID FOR ONE VISIT ON  
THE PURCHASED DAY ONLY

ใบนี้ มี หน้าที่บัตรอนุญาตเข้าชมเท่านั้น  
ใช้ได้เฉพาะวันที่ 2 แห่งการพำนักอนุญาตเข้าชม  
พร้อมกันกับบัตรอนุญาตเข้าชมอื่นๆ  
Please see details on the Guidebook's back cover

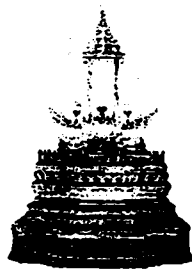
No. ๓ 820321

**บัตรอนุญาตเข้าชม**

พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ  
พระที่นั่งจันทรพิพิธ พระที่นั่งสุทไธสวรรย์  
พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งสุทไธสวรรย์  
พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งสุทไธสวรรย์  
พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งสุทไธสวรรย์

THE ENTRANCE TICKET TO  
VIMAN MEK MANSION MUSEUM  
SUPPORT MUSEUM ARHOK THOSE THRONES  
SANGKHAMNAYA PALACE  
ARTS OF THE KINGDOM EXHIBITION  
AT ANSA SAKHOM THRONES HALL  
Museum of the New Year and Siam's History

ใบนี้ มี หน้าที่บัตรอนุญาตเข้าชมเท่านั้น  
ใช้ได้เฉพาะวันที่ 2 แห่งการพำนักอนุญาตเข้าชม  
พร้อมกันกับบัตรอนุญาตเข้าชมอื่นๆ  
Please see details on the Guidebook's back cover



No. ๓ 820321

**บัตรอนุญาตเข้าชม**

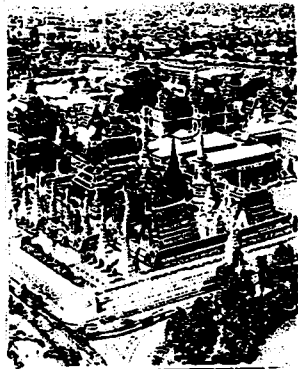
พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ  
พระที่นั่งจันทรพิพิธ  
พระที่นั่งสุทไธสวรรย์  
พระราชวังสนามจันทร์

๓ ๘๒๐๓๒๑

## Der Grand Palace



Der Grand Palace wurde 1782 errichtet. Er beherbergt nicht nur den königlichen Palast und die Thronhallen, sondern auch einige Regierungsgebäude und den berühmten Tempel des Smaragdthrones. Das Gelände des Grand Palace hat eine Größe von 218.000 qm und ist von 4 Mauern umgeben, die insgesamt 1900 m lang sind. Der Palast wurde 1782 nach der Thronbesteigung König Rama I. erbaut. In der Zeit davor befanden sich der Königspalast und das Verwaltungszentrum in Thonburi, auf der Westseite des Chao Phraya Flusses. Aus verschiedenen Gründen betrachtete Rama I. die alte Hauptstadt als ungeeignet und entschied, eine neue Hauptstadt auf der anderen Seite des Flusses zu errichten. Auf königlichen Befehl wurde sodann ein neuer Palast erbaut, der nicht nur als königliche Residenz, sondern auch als Sitz einiger Verwaltungsgebäude dienen sollte. Seitdem ist dieser Gebäudekomplex unter dem Namen Grand Palace bekannt. Die beiden zuerst errichteten Bauten innerhalb dieses Gebäudekomplexes waren die Dusit Maha Prasad Thronhalle und die Bibliothek (Phra Maha Moniee).



# Vimarnmek

Der Vimarnmek Palast - Das größte Teakholzgebäude der Welt

Täglich von 9.30 bis 13.30 Uhr geöffnet  
 Verkauf von Eintrittskarten ab 12.00 Uhr  
 Industrielle Park-Sonntagskassen ab  
 10.30 und ab 14.00 Uhr  
 Die kleine Gruppenführung beginnt um 12.45 Uhr

*The world's largest  
teakwood mansion*

## Fahren durch den Grand Palace

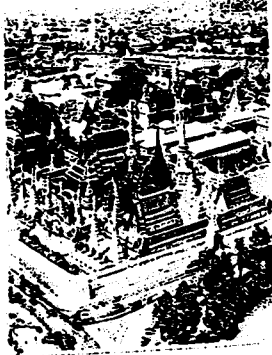
Germany

LE GRAND PALAIS

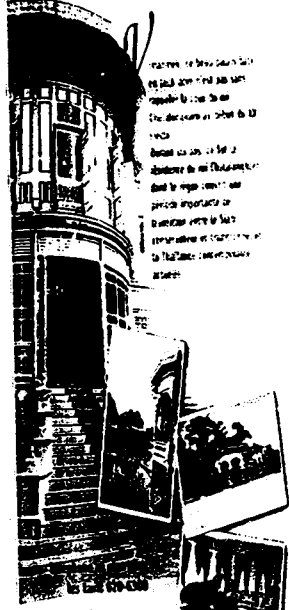


1

Le Grand Palais, construit par les architectes de l'École des Beaux-Arts en 1888, est le plus grand palais de France. Il a été construit pour accueillir les Expositions Universelles de 1889 et de 1904. Le Palais des Beaux-Arts, qui a été construit en 1868, est le plus grand palais de France. Il a été construit pour accueillir les Expositions Universelles de 1889 et de 1904. Le Palais des Beaux-Arts, qui a été construit en 1868, est le plus grand palais de France. Il a été construit pour accueillir les Expositions Universelles de 1889 et de 1904.



Le plus grand  
**Vimanmek**  
la plus grande demeure en terre d'or du monde



Le Vimanmek, le plus grand palais en terre d'or du monde, est situé à Bangkok, en Thaïlande. Il a été construit en 1875 par le roi Rama IV. Le Vimanmek, le plus grand palais en terre d'or du monde, est situé à Bangkok, en Thaïlande. Il a été construit en 1875 par le roi Rama IV.

ouvert tous les jours de 10h à 18h  
billets d'entrée 100 Baht  
spectacle de danse à 18h30 et à 20h  
dernière visite guidée à 19h15

The world's largest  
golden teakwood mansion

Guide du  
**Grand Palais**

French

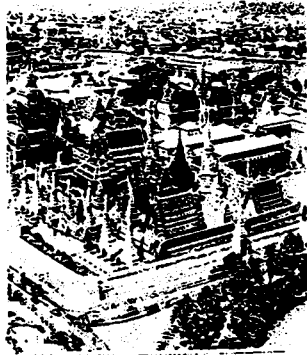
## 大皇宮



7

大皇宮 包括一組建在曼谷市中心的寺廟與王宮建築。其建築風格深受暹羅、高棉、印度、中國、歐洲等文化影響。大皇宮的建築面積約218,000平方米，佔地約1,900畝。

曼谷的歷史可追溯到13世紀。當時的國王在暹羅河三角洲的邊境地區建立了一個小國。後來，國王們決定在曼谷建立一個新的首都。大皇宮就是在那裡建立的。大皇宮的建築風格深受暹羅、高棉、印度、中國、歐洲等文化影響。大皇宮的建築面積約218,000平方米，佔地約1,900畝。



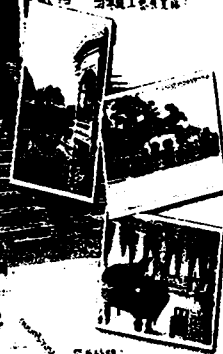
## 雲宮



雲宮 是曼谷最著名的建築之一。它是由暹羅國王在1817年下令建造的。雲宮的建築風格深受暹羅、高棉、印度、中國、歐洲等文化影響。雲宮的建築面積約218,000平方米，佔地約1,900畝。

雲宮的建築風格深受暹羅、高棉、印度、中國、歐洲等文化影響。雲宮的建築面積約218,000平方米，佔地約1,900畝。

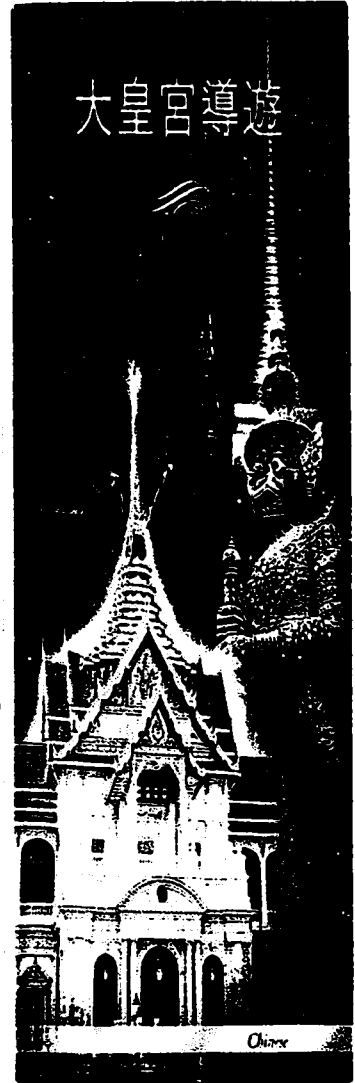
雲宮的建築風格深受暹羅、高棉、印度、中國、歐洲等文化影響。雲宮的建築面積約218,000平方米，佔地約1,900畝。



開放時間：  
上午9:30時—下午3:15時  
售票時間至下午3:00時止  
大皇宮的門票與泰國博物館  
相同：上午10:30時  
下午12:00時  
每天早晨的一對參觀團，  
在下午3:15時開始。

世界上規模最大的金木宮殿

## 大皇宮導遊



Chinre

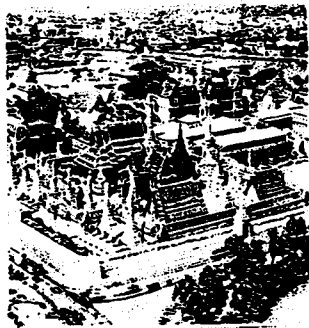


王宮

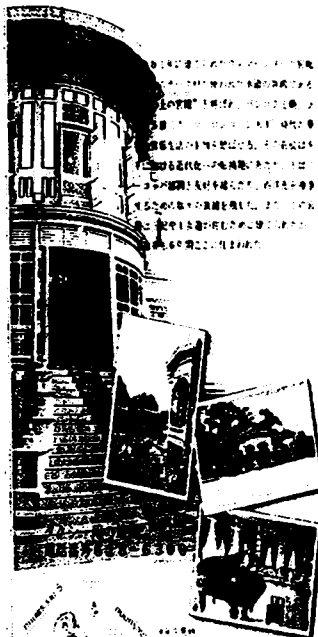
1

この宮は1782年に建設された、同じの宮殿、邸宅の建物、王宮内蔵のエンターテインメントなどは、宮内省官庁などの建物が、西方を長さ1,900メートルの壁に囲まれた面積218,000平方メートルの敷地に建てられている。

1782年ラマ1世は御成敗、チャオプラーヤー河の内側にあるトンブリーは王都として建てたが、考え、対岸の東部のベンコクへと遷都した。トンブリーはアユタヤ陥落後15年間タクシン王の都であった。ラーマ1世は百戦のほかに行政を司る各種官庁なども王宮内に建てられた。ドゥースイット・ツハーン・ブラー・ラート宮殿とブラ・マヘー・ミンティエン皇太后は王宮内で最初に建てられた。



ワイマーンマーク  
宮殿と付属博物館



ワイマーンマーク宮殿は、1900年に完成した。この宮殿は、ワイマーンマークの歴史を伝えるために建てられた。宮殿の内部には、ワイマーンマークの歴史を伝えるための展示物が展示されている。また、宮殿の周囲には、ワイマーンマークの歴史を伝えるための展示物が展示されている。

世界で一番おびやかな黄金ナーク材の瓦殿

王宮のご案内

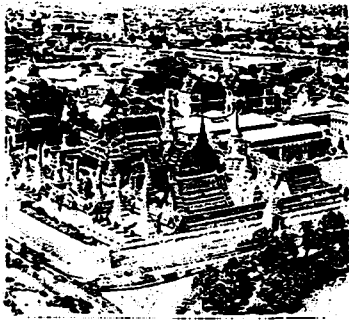


Japan



7

1794년 12월 25일(음력 11월 11일)에 건립된 이 궁은 1900년 12월 21일(음력 11월 11일)에 화재로 소실된 후 1907년 12월 25일(음력 11월 11일)에 다시 건립된 것이다. 이 궁은 조선 역사의 중요한 유산으로, 1997년 유네스코 세계유산으로 등재되었다. 이 궁은 조선 역사의 중요한 유산으로, 1997년 유네스코 세계유산으로 등재되었다. 이 궁은 조선 역사의 중요한 유산으로, 1997년 유네스코 세계유산으로 등재되었다.



# 위만 맥

세계 최대 황금색 티크 자택

02-476-4300

세계 최대  
황금색 티크 자택

# 왕궁 안내

한국어

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2549.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.พัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. (ม.ป.ท.),2539.

นิคม จารุมณี.การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บุญเลิศการพิมพ์, 2539.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. ข้อควรพิจารณาในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.  
จุลสารการ ท่องเที่ยว. 16, 3 (กรกฎาคม – กันยายน),2540.

วิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สถาบัน.การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบาย  
การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. (ม.ป.ท.),2540

อุยวดี พูลพิพัฒนผล.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2545.

อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน.การบริหารการพัฒนา.มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2543.

### เอกสารอื่นๆ

จันทร์เพ็ญ คูเทศานันท์".ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนาภูบาล  
เทศบาลในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต.คณะสังคม  
สงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

นิออน ศรีสมยง "การสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวใน  
จังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ".มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.2549.

พัฒนจิตา พีระภักไพศาล “.การศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้ทะเลบริเวณเกาะล้าน.”วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตสาขา โขบาย สาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา,2547.

มณีวรรณ ต้นไทย.”พฤติกรรมทำให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์,2533.

รณพร แววกักดี .”ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1999”.ปริญญามหาบัณฑิตนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,2542

วัฒนา เพ็ชรวงษ์.พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ “13”.ปริญญา บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยธุรกิจบัณฑิต,2542.

วัลลภา ชายหาด. ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดของ กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์,2532.

สมศักดิ์ เตชะเฮอร์วณิช.”การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนที่มีส่วนร่วม :กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ฮ่อน จังหวัดเชียงใหม่”.บัณฑิตวิทาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2544.

### **Books**

Oliver, 1980 : 460 A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.

Vroom, W.H. (1964). Working and Motivation. New York : John Wiley and Snos.



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวนภาพร แซ่ลี
วันเดือนปีเกิด	25 สิงหาคม 2518
ที่อยู่ปัจจุบัน	59/201 ถนนสุขนครสวัสดิ์ ซ.ลาดพร้าว71 ถ.ลาดพร้าว แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัย รามคำแหง
ประวัติการทำงาน	ตำแหน่งTelemarketing บริษัท เอช ไอเอ็นเอ โอเวอร์ซีร์ อินชัวร์นส์