

อภินันทนาการ



สำนักหอสมุด

พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปาริฉัตร คอนขำ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันลงทะเบียน..... 22 ก. ค. 2552

เลขทะเบียน..... 1. A591994

เลขเรียกหนังสือ..... 09

567

๒๕๕3พ

2552

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา


หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว


พฤษภาคม 2552


ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "พฤติกรรมและความคิดเห็น
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา"
ของปาริฉัตร คอนำ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....ประธาน
(ดร. กัญชิวรา เลิศเดชเดชา)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตติวัฒน์)


.....กรรมการ
(ดร. สันติธร นุริภักดี)


.....กรรมการ
(ดร. เพชรเมณี ดาวเวียง)

อนุมัติ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คินีจ ภูพัฒน์วิบูลย์)
รักษาการในตำแหน่งคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

๗ พฤษภาคม 2552

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตตติวัฒน์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้อุทิศสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณ ดร.สันติธร ภูริภักดี กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของ วิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และ ทรงคุณค่า

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา รวมถึงเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจ ตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มี พระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และผู้ที่มีสนใจบ้างไม่มากก็น้อย

ปารีจักร คอนขำ

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
ผู้วิจัย	ปาริฉัตร คอนขำ
สถานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตติวัฒน์
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.สันติธร ภูริภักดี
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551
คำสำคัญ	พฤติกรรม ความคิดเห็น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตามตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลระดับความคิดเห็นในเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธี LSD และทดสอบสถิติหาความสัมพันธ์แบบไครส์แควร์ (Chi Squares)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอื่นๆ และไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานในด้านพฤติกรรมพบว่า เชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานในด้านความคิดเห็นพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05



Title BEHAVIOR AND OPINION OF THAI AND FOREIGN TOURISTS VISITING AYUTTHAYA HISTORICAL PARK

Author Parrichat Konkham

Advisor Assistant Professor Orasa Tetiwat, Ph.D.

Co - Advisor Santidhorn Pooripakdee, Ph.D.

Academic Paper Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management Naresuan University, 2008

Keywords behavior, opinion, Ayutthaya Historical Park

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the behavior and the opinions of Thai tourists and foreign tourists on tourism complements organized by Ayutthaya Historical Park, in order to study the involvement of individual data and behavior which then can be categorized by gender, education background, occupation and previous tourism experience of both of Thai and foreign tourists. The survey group size used for this research included 400 Thai tourists and 400 foreign tourists.

The tool used to gather data for this research was a questionnaire which asked for the visitor's personal data, behavioral data and the data of tourist's opinions on tourism compliments organized by Ayutthaya Historical Park. It is the tool used to collect data and analyze the behavior and the opinions of Thai tourists and foreign tourists whom had visited Ayutthaya Historical Park. The hypothesis is examined and evaluated by applying the statistical theories of T-Test and One-Way ANOVA to complete the one-way analysis of variance. Multi-comparative analysis were performed using LSD theory and the part of involvement testing was appraised using the statistic theory of Chi-Squares.

The analysis shows that most of the Thai tourists in the cross section were female, they graduated with a degree, they had working experiences as a company officer, and they had previous tourism experience in visiting other historical parks. Most of the foreign tourists in the cross section were male, educated with a degree, worked in

other fields, and had no previous tourism experience visiting other historical parks. And in both Thai and foreign tourists' opinions, the tourism complements organized by Ayutthaya Historical Park hugely satisfies its visitors.

The result of behavioral analysis, suggested that tourists' nationality influenced their behavior to travel. Gender, educational background, occupation and tourism experiences relate to their behavior visiting Ayutthaya Historical Park at the significant rate of .05.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดด้านการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	20
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	35
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	36
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน 6 ข้อ.....	50
5 บทสรุป.....	108
สรุปผลการวิจัย.....	108
อภิปรายผล.....	114
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	117
บรรณานุกรม.....	118
ภาคผนวก.....	122
ประวัติผู้วิจัย.....	135

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากร.....	30
2	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามโบราณสถานที่มีชื่อเสียง.....	30
3	แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	39
5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อ องค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	45
6	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	50
7	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	51
8	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	52
9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	53
10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา....	54
11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	55
12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	56
13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	57
14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	59
16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	60
17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	60
18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	61
19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	63
20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	63
21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	64
22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ..	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	66
24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	66
25 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	67
26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	68
27 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	69
28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	70
29 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	72
31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	72
32 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	73
33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	75
34 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	76
35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)	78
36 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)..	79
37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	82
39	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	82
40	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	83
41	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	84
42	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	85
43	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	85
44	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)..	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

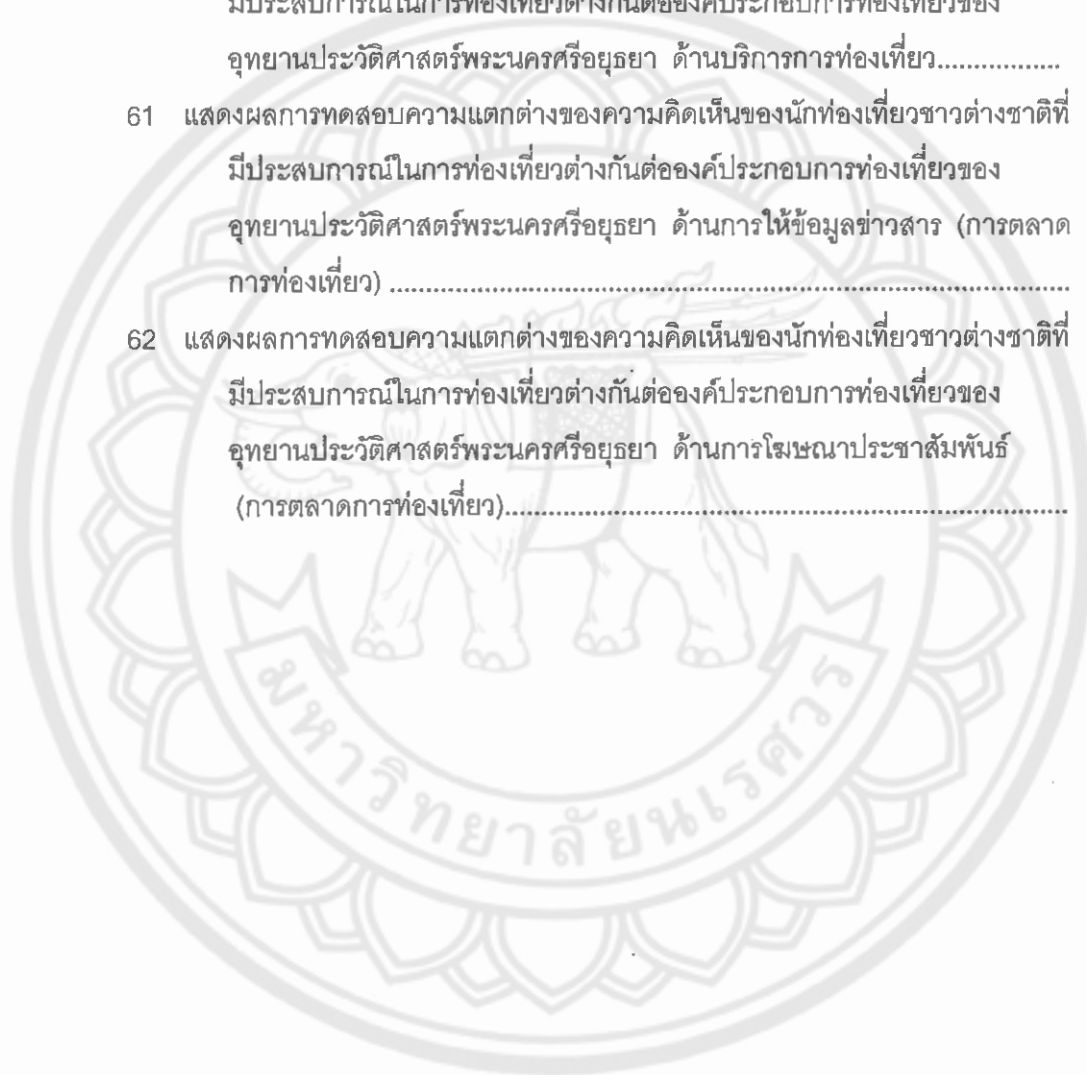
ตาราง		หน้า
45	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	87
46	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	87
47	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	89
48	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	89
49	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	90
50	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	91
51	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดังต่อไปนี้ มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
52	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	92
53	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	95
54	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	95
55	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว).....	98
56	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาด การท่องเที่ยว).....	99
57	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)	101
58	แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	101
59	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
60 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว.....	104
61 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)	105
62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว).....	106



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
2	องค์ประกอบการทำงาน.....	12



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโต และมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้มากทางหนึ่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตสามารถขายได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 3-4)

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานเกือบครึ่งศตวรรษ นับตั้งแต่การก่อตั้งองค์การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2522 มีการออกพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยกย่อง อสท.เป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จนกระทั่งปัจจุบัน ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2545 ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งก่อตั้งตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวงทบวง กรม พ.ศ. 2545 เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา ให้ขับเคลื่อนอย่างเป็นเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน ถือได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศอยู่ในอันดับสูงมาโดยตลอด และประเทศไทยได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่ประสบความสำเร็จจนกลายเป็นแบบอย่างของหลายประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547, หน้า 5)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศได้มากกว่าปีละ 200,000 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่ามวลรวมภายในประเทศ นอกจากนี้ คนไทยทั่วประเทศกว่า 2 ล้านคนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม (ภราเดช พยัมิเชียร, 2543, หน้า 10 - 15) ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เริ่มเปิดเสรีทางการค้า การบริการและการลงทุน ทำให้ทางรัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ โดยปัจจุบันได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อ

สร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก ซึ่งเน้นจุดแข็งของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐานโลก (World Class Destination) โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ภายในปี พ.ศ. 2549 (อารัญ บุญชัยและจินตนา ดันศรวิพุธ, 2546, หน้า 7-11)

ในปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลได้กระตุ้นการท่องเที่ยว โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจัดให้มีขึ้นแทบทุกเดือน จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เช่น เชียงใหม่ ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี รวมทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่จัดอยู่ในโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่หลากหลายสอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งได้เสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวชมมากอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1,139,816 คน และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 2,234,113 คน โดยสร้างรายได้รวม 5,118.3 ล้านบาท ซึ่งนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันที่ 1,220 บาท (สำนักสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยคณะกรรมการมรดกโลก องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปีพ.ศ.2519 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่าง ๆ ได้ทำร่วมกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

เนื่องจากอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีชื่อเสียงและมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ทั้งในลักษณะนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นหมู่คณะ โดยในปีพ.ศ.2550 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากถึง 1,060,000 คน ก่อให้เกิดปัญหาด้านการเสื่อมโทรมของ

โบราณสถานและบริเวณรอบๆ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน รวมถึงการดูแลและให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวไม่ครบถ้วน

จากปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษามาปรับปรุงและหาวิธีในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวและความมีชื่อเสียงของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาสืบต่อไป

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตามตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวไทยในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 370,000 คน และชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในปีพ.ศ. 2550 จำนวน 690,000 คน

3. ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่

3.1.1 เชื้อชาติ

3.1.2 เพศ

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.4 อาชีพ

3.1.5 ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

3.2 ตัวแปรตาม คือ

3.2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวไทยในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่

- 1) ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง
- 2) จำนวนสมาชิกในกลุ่ม
- 3) ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว
- 4) ระยะเวลาในการเที่ยวชม
- 5) จำนวนโบราณสถาน
- 6) ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม
- 7) ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม
- 8) ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

3.2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่

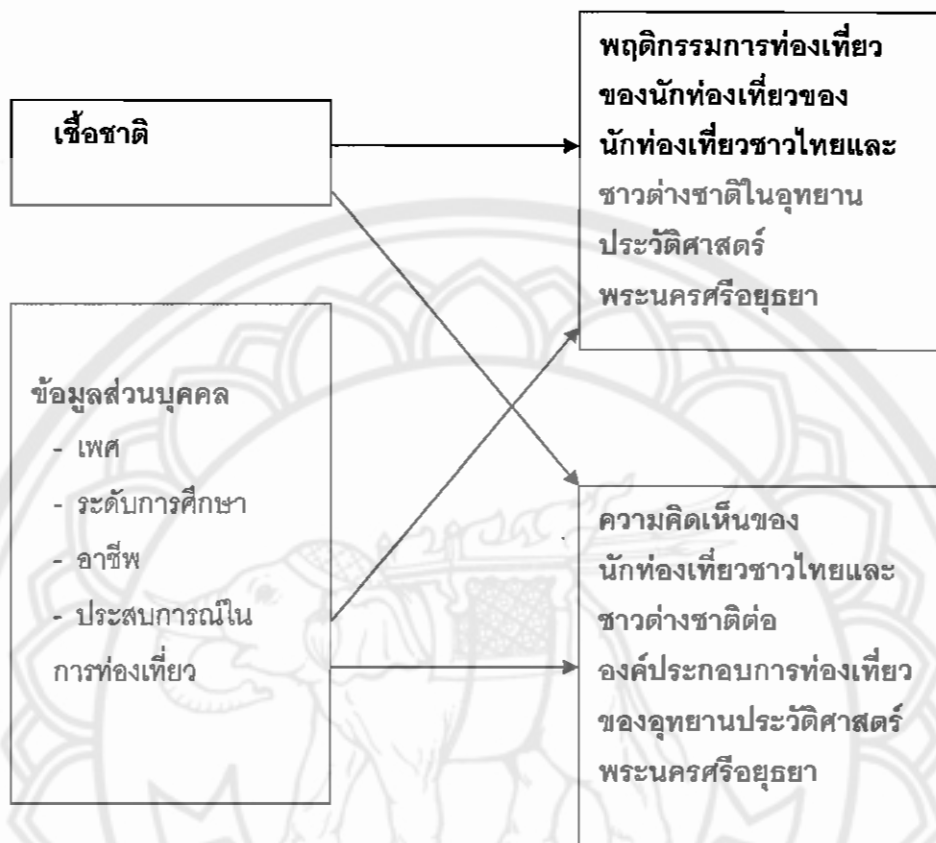
- 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 2) การบริการการท่องเที่ยว
- 3) การให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)
- 4) โฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2552

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

นิยามศัพท์เฉพาะ

เชื้อชาติของนักท่องเที่ยว หมายถึง เชื้อชาติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ชาวไทย และชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกๆ ชาติที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าเยี่ยมชมโบราณสถานแห่งอื่นๆในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หมายถึง พฤติกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวกระทำเมื่อเข้าเยี่ยมชมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และในงานวิจัยฉบับนี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงพฤติกรรม 8 ด้านได้แก่ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในกลุ่มผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถานที่เยี่ยมชม ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

องค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว (การให้ข้อมูลข่าวสาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวและการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว หมายถึง สภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์ และการเรียนรู้ของบุคคลอันเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ หรือเฉยๆ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง สภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน

สมมติฐานของการวิจัย

1. เชื้อชาติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
3. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
4. นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
4. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมประจำวัน โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์ไปเยี่ยมชมเยือน
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้อง

มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

ความหมายของนักท่องเที่ยว

วินิจ วีรยางกูร (2532, หน้า 6 – 7) ได้ให้ความหมายไว้ 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และการมาเยือนมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1 เพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบศาสนกิจและการกีฬา

1.2 เพื่อธุรกิจ

1.3 เพื่อเยี่ยมครอบครัว

1.4 เพื่อราชการ

1.5 เพื่อเข้าประชุม

2. นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางเยือนเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่เกิน 24 ชั่วโมง

3. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ใช้อยู่เป็นประจำวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน

องค์ประกอบการท่องเที่ยว

การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จล้มเหลว

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (ณรงค์ มีนวล, 2548, หน้า 22-23)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง

สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man – Made Tourism Resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอด งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหาร ประจําถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

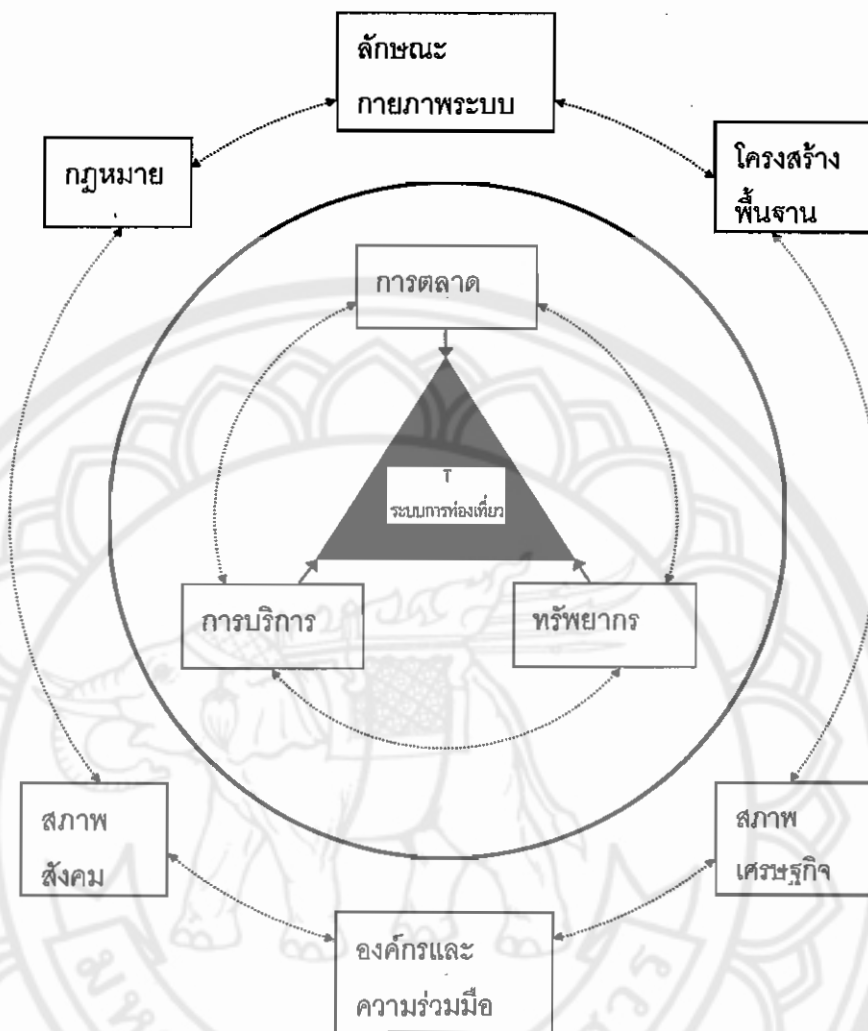
2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยัง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มี บทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพัน เป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น



ภาพ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542, หน้า 6 - 7) กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (Recreation) วันหยุด (Holiday) เพื่อสุขภาพ (Health) ศาสนา (Religion) และการกีฬา (Sport)
2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (Meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (Mission)

รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การเข้าพักแรม การรับประทานอาหาร การเที่ยวชม การซื้อของที่ระลึก และอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายตามราคาสินค้าในขณะนั้น

ซิดจันท์ หังสสุต (2532, หน้า 8 – 9) แบ่งความมุ่งหวังของการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. มุ่งหวังในทางกาย คือ มุ่งเดินทางเพื่อการพักผ่อนทางร่างกาย การแสดงกีฬา การสนุกสนานริมชายหาด การพักผ่อนใจในไนต์คลับ และด้านรักษาสุขภาพโดยตรงอาจเป็นคำสั่งของแพทย์ หรือคำแนะนำและประโยชน์ของการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการจะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ เกี่ยวกับดนตรีศิลปะ นิทานพื้นบ้าน การเดินรำ การเขียนภาพ ศาสนา และกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจ หนีไปจากครอบครัวและเพื่อนบ้านที่ยุ่งเหยิง หรือคบเพื่อนใหม่ๆ

4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ ต้องการพัฒนานุคลิกส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปติดต่อธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อทำอะไรในยามว่าง ไปเพื่อศึกษาที่ได้ปริญญาบัตร และสนใจในอาชีพหรือวิชาชีพอื่นๆ เป็นเรื่องที่ต้องการจะเรียนรู้

ประเภทของการท่องเที่ยว

ซิดจันท์ หังสสุต (2532, หน้า 9 - 13) ได้จัดประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวตามหนังสือ “หลักวิชาการท่องเที่ยว” โดยม.ล.ดุษฎี ชุมสาย มีดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและตึกงามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลาง การท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุก

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร เพื่อขจัดความเมื่อยล้าทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในเวลางานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลังกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปะวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มี

วัฒนธรรมที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษา พิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบันและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่น ในฤดูหนาวมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ฤดูร้อนเป็นการปีนเขาและฤดูหนาวอื่นๆ ที่เหมาะสม

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะได้จัดเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจไว้สำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อเมื่อสิ้นการปฏิบัติธุรกิจ

6. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา ในค.ศ. 1967 ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่ามีการจัดประชุมประเภทต่างๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามมีอยู่ประมาณแสนคน ในการจัดวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้ เกือบจะไม่มีการยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อยหนึ่งครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบที่เดียว เมืองใดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น พัทยา ก็มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่เดินทางไปสอนมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ บุคคลเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาล

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการตามที่ ชลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531, หน้า 88 – 90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกรักนึกคิดถึงส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลาคงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของ การท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและภาพพจน์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การท่องเที่ยวแบบต่างๆ

จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบของการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถยนต์หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยจะกำหนดเอาว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใด หยุดท่องเที่ยวที่ใดบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามที่ปรารถนา บริการต่าง ๆ ระหว่างทาง และปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

2.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเป็นคาบเวลายาวนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกคาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

2.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 10-12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นานๆ

2.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนอาจร ซึ่ง IUOTO ได้กำหนดว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีที่พักค้างคืน การทัศนอาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นอยู่ใกล้ๆ พรอมแดน จะมีนักทัศนอาจรข้ามพรอมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

3. การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวที่ใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเพลินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะ ในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวประเทศที่ใกล้ ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว ก็กระทำกันไม่น้อย

4. การท่องเที่ยวแบบบวกกับลบ (Receptive and Passive Tourism) ด้านนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งและนำเงินตรามาใช้ในประเทศนั้น จัดเป็น

นักท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น

ประเภทของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย (2527, หน้า 81 - 83) ได้ให้ความหมายสินมรดก (Heritage) เชิงการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งชมแปลก ๆ น่าดูน่าชม น่าสัมผัส ของประเทศใดประเทศหนึ่งหรือถิ่นใด ถิ่นหนึ่งที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวอยากมาดูชม โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. สินมรดกตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิประเทศตามชนบท ที่มีโครงสร้างแปลกๆ ของสิ่งธรรมชาติ ภูเขาและเชิงเขา ลมฟ้าอากาศ พงไพร (ชนิดและโครงสร้างของป่า) น้ำ (น่านน้ำสงบ น้ำพุ ทะเลสาบ น้ำตก หาดทราย ทะเล) พันธุ์ไม้และพันธุ์สัตว์ (สวนรุกขชาติ สวนสัตว์ ต้นไม้แปลกๆ) ซึ่งสินมรดกตามธรรมชาติเหล่านี้ เปรียบเสมือนมีบ่อทอง เป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องพัฒนาขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ไว้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลอดไป

2. สินมรดกที่คนสร้างขึ้นไว้ โดยมีได้ตั้งใจให้เป็นสินอุปทานเชิงการท่องเที่ยว หากที่ได้มีสินมรดกทั้งที่เป็นอยู่โดยธรรมชาติและที่คนสร้างไว้ ที่นั่นก็เป็นแหล่งอุปทานเชิงการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม โดยแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 อนุสาวรีย์เชิงประวัติศาสตร์ ปราสาท ป้อมปราการ เจดีย์อนุสรณ์สงคราม ฯลฯ

2.2 โบราณสถานและสถานที่บ่งชี้วัฒนธรรม แหล่งขุดค้นโบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด อนุสรณ์ ของที่ระลึก

2.3 ศิลปะพืงนิยม แบบบ้านในชนบท แหล่งประดิษฐ์สิ่งศิลปะพื้นเมือง เช่น หมู่บ้านทำร่ม ทำเครื่องเงิน

2.4 สถานที่เชิงเทคนิค และเชิงอุตสาหกรรม เชื้อนใหญ่ๆ โรงงานผลิตสินค้า เฉพาะถิ่น ไร่ส้ม ฟาร์ม ฯลฯ

2.5 สถานที่ที่แต่งขึ้นหรือเสริมขึ้นสำหรับเล่นกีฬา

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางทอ้งเที้ยว

ความหมายของพฤติกรรม

โสภกา ชูพิกุลชัย (2521, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้ พฤติกรรมมิได้มีความหมายเพียงแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกิจกรรมภายใน อันได้แก่ความรู้สึกอยากด้วย

ชัยพร วิชชาวุธ (2523, หน้า 1) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิดต่างเป็นพฤติกรรมทั้งนั้น

ชูดา จิตพิทักษ์ (2525, หน้า 2) อธิบายว่า พฤติกรรม หรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาข้างนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่าที่เขายังถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่างๆ ทัศนคติ หรือเจตคติที่เขามีต่อสิ่งต่างๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ รสนิยมและสภาพจิตใจ ปัจจัยต่างๆ นี้เป็นเหตุกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2527, หน้า 1-2) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประการที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2524, หน้า 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539, หน้า 5) อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ ใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดกริยาต่างๆ เหล่านี้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลทั้งที่แสดงออกให้เห็นทางภายนอก และแสดงออกมาจากสิ่งที่ปรากฏอยู่ในจิตใจ เป็นกระทำที่แสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว โดยบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ หรืออาจสังเกตจากการใช้เครื่องมือวัดก็ได้ โดยมีกระบวนการตัดสินใจก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมขึ้น

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นั้นมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจจะเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ใกล้และเวลานั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่าเป็นต้น

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ พฤติกรรมการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว การพักผ่อนและอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถแยกพิจารณาออกได้เป็นดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว จากวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งหมดนั้น อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530, หน้า 49) และยังมีวัตถุประสงค์อื่นในการเดินทางด้วยคือ เพื่อการเยี่ยมญาติ เพื่อน รวมทั้งการไปราชการ หรือการติดต่อธุรกิจต่างๆ อยู่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร นอกจากนี้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางหลากหลายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อการกีฬา เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศาสนา ฯลฯ

2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางหรือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพทางกายภาพและโครงสร้างของการคมนาคมขนส่ง แต่โดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวมักนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เพราะมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ผ่าน และมีความเป็นอิสระ สะดวกสบายสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ดี (จงพิศ ศิริรัตน์ และคณะ, 2534, หน้า 27)

3. ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว ในด้านการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะไม่ชอบโดดเดี่ยว หรือทำอะไรโดยลำพัง แต่จะมีผู้ร่วมเดินทางด้วย ในลักษณะการเดินทางเป็นกลุ่ม และกลุ่มที่มีความสำคัญมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อน ซึ่งการเดินทางกับกลุ่มเพื่อนนี้ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเป็นอิสระมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวกับบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังจะมีการเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัวและการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการท่องเที่ยวในลักษณะพิเศษ เช่น การประชุมสัมมนาและบริการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530, หน้า 49)

4. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถจัดแบ่งได้เป็นหลายประเภท เช่น ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ป่าเขา น้ำตก ชายหาด เป็นต้น ประเภทวัดหรือแหล่งประวัติศาสตร์ และประเภทศิลปวัฒนธรรม และความสนใจพิเศษ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530, หน้า 49)

5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว สำหรับจำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้งในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า มีค่าเฉลี่ยเป็นจำนวน 4 วันต่อครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530, หน้า 49)

6. ลักษณะของการพักผ่อน โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพักผ่อนตามบ้านญาติหรือเพื่อน ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิมของการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย ที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมไทย ส่วนที่เหลือจะพักตามสถานที่พักผ่อนประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม บังกะโลหรือเรือนทัศนาจร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530, หน้า 49)

7. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จากการศึกษาในปี 2536พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 1,338 บาท (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536, หน้า 47) และจากการสำรวจสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 1,657 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 5)

8. ลักษณะของการใช้จ่ายเงิน เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการบันเทิง ค่าซื้อของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ พบว่าลักษณะการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มเป็นสัดส่วนที่สูงสุด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ ค่าพาหนะ และค่าที่พักตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 49)

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น มีผู้ให้ความหมายของความคิดเห็นดังนี้

หลวงวิเชียรแพทยาคม (2509, หน้า 162 – 163) กล่าวว่า ความคิดเห็นกับ (Opinion) ทศนคติ (Attitude) มักถูกเปลี่ยนกันได้เสมอ ทศนคติมักจะหมายถึงความพยายามที่จะทำ (Inten to Act) ส่วนความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดและเครื่องหมาย (Verbal and Sympol) แต่ทุกคราวที่พูดถึงการทดสอบทศนคติก็มักจะหมายถึงความคิดเห็นด้วย

อุทัย นิรัญโต (2519, หน้า 80 – 81) ให้ความเห็นว่า ความคิดเห็นของมนุษย์มีด้วยกันหลายแบบ ทั้งแบบผิวเผินและแบบลึกซึ้งโดยความคิดเห็นที่เป็นทศนคติจัดเป็นความคิดเห็นที่ลึกซึ้งและติดตัวไปเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นความคิดเห็นทั่ว ๆ ไป ที่มีประจำตัวทุกคน ส่วนความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้งและเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่างจะมีอยู่เพียงช่วงเวลาสั้นๆ เป็นความคิดเห็นที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐานที่เพียงพอแก่การพิสูจน์ และมักเป็นเรื่องราวของอารมณ์ความรู้สึกเกิดขึ้นได้ง่ายและสลายลงอย่างรวดเร็ว

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2522, หน้า 9) ให้ความหมายว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงออกซึ่งมีวิจารณ์ฐานที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ความคิดเห็นมีความหมายแคบกว่าเจตคติ (Attitude) เพราะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (Fact) และเจตคติของบุคคล (Attitude) ของบุคคล ความคิดเห็นเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

สุโท เจริญสุข (2548, หน้า 58) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นสภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์ และการเรียนรู้ของบุคคลอันเป็นผลทำให้บุคคลมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ หรือเฉยๆ

ลาวัลย์ จักรานุกัณณ์ (2540, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อหรือการลงความเห็นที่ไม่ได้เป็นความรู้สึกอันแท้จริง แต่ในบางครั้งความคิดเห็นในบางสิ่งบางอย่างอาจเป็นจริงได้

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก การยอมรับหรือไม่ยอมรับ การเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้น ด้วยการพูด การเขียนหรือสื่อสารให้บุคคลอื่นได้รับรู้โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ การเรียนรู้ ค่านิยม และสภาพแวดล้อม ตลอดจนอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลนั้น เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทั้งนี้ความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ธีระพร อุวรรณโณ (2529, หน้า 51-54) กล่าวว่า ความคิดเห็นเกิดขึ้นจากอิทธิพลต่างๆ ดังนี้

1. จากพ่อแม่ เป็นแหล่งอิทธิพลสูงสุด โดยเฉพาะในวัยเด็กซึ่งกำลังมีการพัฒนาทางด้านค่านิยม ความเชื่อและความรู้สึกนึกคิดออกมาในกรอบของครอบครัวที่มีพ่อแม่เป็นผู้มีอำนาจให้คุณทำเพื่อทำความดี ให้โทษเมื่อทำสิ่งไม่ดีหรือสิ่งที่พ่อแม่ไม่เห็นด้วย
2. จากกลุ่มต่าง ๆ ในสถานศึกษา เช่น ครูและเพื่อน
3. จากประสบการณ์ส่วนตัว นักจิตวิเคราะห์เน้นเรื่องประสบการณ์ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรงและกระทบกระเทือนใจบุคคลได้นาน
4. จากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่พยายามเปลี่ยนความเห็นของคนให้หันไปนิยมผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ต้องไปจำหน่ายให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการองค์ประกอบของความคิดเห็น

ศักดิ์ สุนทรเสถณี (2531, หน้า 4) สรุปว่า การก่อตัวของความคิดเห็นไปในทิศทางใดเป็นผลสืบเนื่องมาจากเงื่อนไข 4 ประการได้แก่

1. กระบวนการเรียนรู้ที่สะสมเพิ่มพูนขึ้น โดยเป็นการบูรณาการองค์ความรู้รวมเข้าด้วยกัน เช่น จากครอบครัว โรงเรียน เพื่อน เป็นต้น
2. ประสบการณ์ส่วนตัว เนื่องจากมนุษย์ต่างมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปซึ่งการสั่งสมของประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม จะก่อให้เกิดการสร้างรูปแบบเป็นของตนเอง ดังนั้นความคิดเห็นบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะแต่ละบุคคลที่พัฒนาไปตามวัฏจักรชีวิต
3. การเลียนแบบ การถ่ายทอดความคิดเห็นของคนบางคนที่ได้มาจากการเลียนแบบความคิดเห็นของคนอื่นที่ตนเองเกิดความพอใจ ศรัทธา ชื่นชอบ เช่น ครอบครัว อาจารย์ ดารา นักการเมืองหรือบุคคลสำคัญ เป็นต้น
4. อิทธิพลของกลุ่มสังคม การอยู่ร่วมในสังคมก่อให้เกิดการโน้มรับเอาความคิดเห็นของกลุ่มมาเป็นของตน ซึ่งอาจเป็นทั้งการยอมรับโดยสมัครใจหรือการยอมรับแบบจำยอมเพื่อมิให้เป็นการขัดหรือฝืนกระแสสังคมได้ทั้งนั้น ซึ่งกลุ่มสังคมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์อย่างมาก ได้แก่ กลุ่มศาสนา กลุ่มวัฒนธรรม สถาบันต่างๆ เป็นต้น

ความสำคัญของความคิดเห็น

การสำรวจความคิดเห็น เป็นการศึกษาคำความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูดหรือการเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะมีประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วย

ความเรียบร้อย โครงการพัฒนาใด ๆ ก็ตามถ้าจะให้สำเร็จและบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้วก็ควรจะได้รับความร่วมมือจากประชาชน การเผยแพร่โครงการและรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนต่อโครงการจึงจะเกิดผลดี คือ จะช่วยให้โครงการนั้นสอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่น อันเป็นสิ่งแวดลอมทางสังคมที่ใช้ประเมินโครงการ และทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกในการมีส่วนร่วมทำให้เกิดการต่อต้านถ้าสาธารณชนมีส่วนร่วม หรือมีสิทธิ์แสดงความคิดเห็นในโครงการใดๆ ที่จะพัฒนาประเทศนั้น ก็จะทำให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือรักษาไว้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่างๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงระบบงาน รวมทั้งการฝึกหัดการทำงานด้วย (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2522, หน้า 19 – 20)

ประเภทของความคิดเห็น

เรมเมอร์ (1996, หน้า 47) จำแนกความคิดเห็นเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด (Extreme Opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ซึ่งทางบวกได้แก่ ความรักหลง และทางลบได้แก่ ความรังเกียจ โดยความคิดเห็นนี้รุนแรงและเปลี่ยนแปลงได้ยาก
2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Contents) การมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีพื้นฐานจากความรู้ความเข้าใจสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ได้แก่ ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ส่วนความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่เห็นด้วย เป็นต้น

วิธีวัดความคิดเห็น

ไพศาล หวังพานิช (2531, หน้า 152) ได้กล่าวว่า การวัดความคิดเห็นหรือเจตคติต้องยอมรับข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1. เจตคติมีลักษณะคงเส้นคงวาอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง นั่นคือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จะมีช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่มีความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสามารถวัดได้
2. เจตคติของบุคคลไม่สามารถวัดหรือสังเกตได้โดยตรง การวัดจะเป็นการวัดทางอ้อมโดยวัดจากแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออกหรือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ
3. เจตคตินอกจากจะแสดงออกในรูปของความรู้สึกนึกคิด เช่น การสนับสนุนหรือคัดค้านยังมีขนาดหรือปริมาณของความรู้สึกด้วย ดังนั้นในการวัดทัศนคตินอกจากจะทำให้ทราบทิศทางแล้วยังสามารถบอกระดับความมากน้อยได้ด้วย

พรเพ็ญ เพชรสุขสิริ (2531, หน้า 3) ได้อธิบายว่า การวัดความคิดเห็นสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันมีด้วยกัน 4 วิธี คือ

1. วิธีของเทอร์สตัน (Thurston's method) เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาณแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็น หรือทัศนคติไปในทางเดียวกัน และเสมือนว่าเป็นสเกลที่มีช่วงห่างเท่ากัน (Equal Appearing Intervals)

2. วิธีของกัตต์แมน (Guttman's scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับสูง - ต่ำ แบบเปรียบเทียบกันและกันได้ จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้และแสดงถึงการสะสมของความคิดเห็น

3. วิธีจำแนกความแตกต่างในการตีความ (Semantic Differential Scale : S-D Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น 7 ระดับ (Seven point scale) โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ด้านซ้ายสุดของสเกลกำหนดให้เป็นค่าเชิงบวกสุด ด้านขวาสุดของสเกลกำหนดเป็นค่าลบสุด ซึ่งอาศัยคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipolar adjective) เช่น ดี - เลว ขยัน - ขี้เกียจ เป็นต้น

4. วิธีของลิเคิร์ต (Likert's method) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่นิยมแพร่หลาย เพราะเป็นวิธีที่สร้างมาตรวัดได้ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบ โดยจัดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบ และให้คะแนน 5, 4, 3, 2, 1 หรือ +2, +1, 0, -1, -2 ซึ่งการใช้แบบสอบถามสำหรับวัดความคิดเห็น นิยมระบุให้ผู้แสดงความคิดเห็นตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่กับข้อความที่กำหนดให้ ซึ่งแบ่งน้ำหนักความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530, หน้า 94 - 97) ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้การให้คะแนนขึ้นอยู่กับใจความว่าจะเป็นปฏิฐาน (Positive) หรือ นิเสธ (Negative)

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์

กรุงศรีอยุธยาตั้งอยู่ในราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย บริเวณที่แม่น้ำสำคัญ 3 สายมาบรรจบกัน คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำป่าสัก ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมต่อการเกษตรกรรมอันเป็นพื้นฐานของการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์

สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 หรือพระเจ้าอู่ทองได้ทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1893 กรุงศรีอยุธยาได้พัฒนาเจริญรุ่งเรืองขึ้นโดยลำดับ มีการขยายดินแดนออกไปอย่างกว้างขวาง และดำรงฐานะศูนย์กลางของประเทศไทยสืบต่อมาถึง 417 ปี มีพระมหากษัตริย์

ปกครองแผ่นดินสืบต่อกันมา 33 พระองค์ จาก 5 ราชวงศ์ พระเจ้าเอกทัศ (พ.ศ. 2301 – 2310) เป็นพระมหากษัตริย์องค์สุดท้ายก่อนที่กรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายลง ในปี พ.ศ. 2310 ทำให้ศูนย์กลางของประเทศไทย ต้องย้ายลงมาที่กรุงธนบุรีและกรุงเทพมหานครจวบจนวันนี้

ศูนย์กลางของเมืองอยุธยา คือ ส่วนที่เป็นเกาะเมืองมีแม่น้ำล้อมรอบ 3 สาย ตัวเกาะเมืองมีกำแพงล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง กำแพงเมืองมีความยาวประมาณ 12.5 กิโลเมตร หนา 5 เมตร สูง 6 เมตร มีประตูเมือง 18 ประตู ประตูช่องกุด (ประตูเล็ก) 61 ประตู ประตูน้ำ 20 ประตู รวมทั้งสิ้นมี 99 ประตู (กรมศิลปากร, 2543, หน้า 2-4)

การปกครองสมัยอยุธยา

กรุงศรีอยุธยาปกครองด้วยระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์พระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุขที่มีอำนาจสูงสุดในการปกครองแผ่นดิน ทรงปกครองแผ่นดินด้วยทศพิธราชธรรม พระองค์ทรงมอบหมายในพระบรมวงศานุวงศ์และขุนนางปกครองดูแลเมืองลูกหลวงหลานหลวงต่างพระเนตรพระกรรณ ส่วนเมืองประเทศราชมีเจ้านายในราชวงศ์เก่าปกครองขึ้นตรงต่อเมืองราชธานีกรุงศรีอยุธยา

สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ทรงปฏิรูปการปกครองลดทอนอำนาจหัวเมือง ทรงแยกการบริหารราชการแผ่นดินออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายทหารมีสมุหพระกลาโหมเป็นผู้รับผิดชอบ ฝ่ายพลเรือนมีสมุหนายกเป็นผู้รับผิดชอบ ในฝ่ายพลเรือนนั้นยังแบ่งออกเป็น 4 กรมหรือจตุสดมภ์ คือ สี่เสนาหลัก ได้แก่ กรมเวียงหรือนครบาลทำหน้าที่ปกครองดูแลบ้านเมือง กรมวังหรือธรรมาธิกรณ์ทำหน้าที่ดูแลกิจการพระราชวัง กรมคลังหรือโกษาธิบดีทำหน้าที่ดูแลด้านการค้าและการต่างประเทศ กรมนาหรือเกษตรการทำหน้าที่ดูแลเรื่องเกษตรกรรม ซึ่งรูปแบบการปกครองนี้ใช้สืบต่อมาตลอดสมัยอยุธยา (กรมศิลปากร, 2543, หน้า 9)

พระราชวังหลวงศูนย์กลางทางการเมืองการปกครอง

ที่ประทับของพระมหากษัตริย์คือพระราชวังหลวง ซึ่งเป็นทั้งศูนย์กลางทางการเมืองและการปกครองในเวลาเดียวกัน เมื่อแรกสร้างกรุงศรีอยุธยานั้นพระเจ้าอู่ทอง (พ.ศ. 1983 – 1912) ทรงโปรดให้สร้างพระราชวังขึ้นในบริเวณที่ปัจจุบันเป็นที่ตั้งวัดพระศรีสรรเพชญ์ ปรากฏชื่อพระที่นั่งไพฑูริย์มหาปราสาท พระที่นั่งไพชยนต์มหาปราสาท พระที่นั่งไอศวรรย์มหาปราสาท พระที่นั่งมังคลาภิเษกและพระที่นั่งตรีมุข สันนิษฐานว่าสร้างด้วยไม้ทั้งหมด ต่อมาพ.ศ. 1983 เกิดไฟไหม้เสียหาย สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (พ.ศ. 1991 – 2031) จึงทรงยกพื้นที่พระราชวังเดิมให้เป็นพุทธาวาส และโปรดฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้นใหม่ทางด้านเหนือของพระราชวังเดิม และใช้สืบต่อมาจนถึงสิ้นกรุงศรีอยุธยา

พระราชวังหลวงแบ่งออกเป็น 7 เขตดังนี้ (กรมศิลปากร, 2543, หน้า 10-13)



ป. 45๗๗๑๔

๒๒ ก. ๒๕๕๒

1. เขตพระราชฐานชั้นนอก หรือท้องสนามหน้าจักรวรรดิ เป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ เช่น ศาลาลูกขุน ศาลหลวง คลังปืนใหญ่ และโรงราชรถ เป็นต้น พระที่นั่งที่ตั้งอยู่ในเขตนี้ คือ พระที่นั่งจักรวรรดิไพชยนต์ ซึ่งพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2173 -2199) โปรดฯให้สร้างขึ้นเพื่อใช้ประทับทอดพระเนตรการมหรสพ การตรวจพลสวนสนาม บางครั้งก็ใช้สำหรับบำเพ็ญกุศล พระบรมศพ

2. เขตพระราชฐานชั้นกลาง เป็นที่ตั้งของพระมหาปราสาทสำคัญ สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (พ.ศ.1991 - 2031) ทรงสร้างพระที่นั่งสรรเพชญ์มหาปราสาทขึ้นเพื่อใช้ในพระราชพิธีต่าง ๆ เช่น บรมราชาภิเษก รับแขกเมือง และต้อนรับราชทูต เป็นต้น

3. เขตพระราชฐานชั้นใน ใช้เป็นที่อยู่อาศัย พระที่นั่งเบญจรัตนมหาปราสาท ซึ่งสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่ประทับน่าจะอยู่ในบริเวณที่ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของพระที่นั่งตรีมุข

4. เขตพระคลังมหาสมบัติ เป็นบริเวณที่เก็บรักษาของใช้สำหรับพระราชวัง ประกอบด้วยคลังต่าง ๆ เช่น หอพระมณฑเฑียรธรรม (เก็บหนังสือ) คลังสุคนธ์์ (เก็บเครื่องอัฐบริวาร) คลังวิเศษ (เก็บเครื่องใช้ในครัว) และคลังพิมานอากาศ (เก็บเครื่องแก้ว) เป็นต้น

5. เขตสวนองุ่น คือ เขตพระราชอุทยานหลวง แต่ในสมัยอยุธยาตอนปลายรัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ โปรดฯให้สร้างตำหนักสำหรับพระเจ้าลูกเธอฝ่ายในขึ้นในบริเวณนี้ได้แก่ ตำหนักสระแก้วและตำหนักศาลาลวด เป็นต้น

6. เขตสวนกระต่าย เป็นที่ตั้งของตำหนักสวนกระต่ายที่ประทับของพระเจ้าอู่หม่ม ครั้นยังดำรงพระยศเป็นพระมหาอุปราช สร้างในรัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ (พ.ศ. 2275 - 2301)

7. เขตวังพระศรีสรรเพชญ์ เป็นวัดในพระราชวังใช้สำหรับประกอบพระราชพิธีต่าง ๆ ของพระมหากษัตริย์

สถาปัตยกรรม

ศิลปะเขมร - ลพบุรี เคยเจริญรุ่งเรืองอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางมาก่อน จึงมีอิทธิพลต่อศิลปะอยุธยาในระยะแรกมากกว่าศิลปะแบบอื่น ดังนั้นในสมัยอยุธยาตอนต้น (ปลายพุทธศตวรรษที่ 19 - 20) จึงนิยมสร้างเจดีย์ทรงปราสาทเป็นประธานของวัด และนิยมสร้างพระพุทธรูปด้วยหินทรายและสำริด (กรมศิลปากร, 2543, หน้า 24-27)

อย่างไรก็ตามเจดีย์ทรงระฆังบนชุดฐานแปดเหลี่ยมที่นิยมสร้างกันอยู่แถบเมืองสุพรรณบุรีและเมืองสรรค์บุรี รวมทั้งเจดีย์ทรงระฆังบนชุดมาลัยเถา ซึ่งเป็นแบบเฉพาะของอยุธยา ก็มีสร้างอยู่ในศิลปะอยุธยาในระยะแรกๆ ด้วย

สมัยอยุธยาตอนกลาง (พุทธศตวรรษที่ 21 - 22) นิยมสร้างเจดีย์ทรงระฆังเป็นประธานมากกว่าปราสาท ส่วนงานประติมากรรมนั้น พระพุทธรูปสำริดและปูนปั้นเริ่มได้รับความนิยมมากกว่าหินทราย โดยพระพุทธรูปแบบทรงเครื่องก็เริ่มแพร่หลายอยู่แล้วในระยะนี้

สมัยอยุธยาตอนปลาย(พุทธศตวรรษที่ 22 - 23) เจดีย์ย่อมุมมีวิวัฒนาการถึงที่สุดและนิยมก่อสร้างกันมากกว่าเจดีย์ทรงปราสาทและทรงระฆัง ด้านงานประติมากรรมนิยมสร้างพระพุทธรูปด้วยปูนปั้นและสำริด ระยะนี้พระพุทธรูปทรงเครื่องนิยมสร้างกันมาก

ปัจจุบันกรมศิลปากรอยู่ในระหว่างการดำเนินการตามแผนงานโบราณคดีเมืองประวัติศาสตร์ และการบูรณโบราณสถานภายในและภายนอกเกาะเมือง รวมทั้งปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์เพื่อที่จะรื้อฟื้นโครงสร้างและบรรยากาศของเมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้ปรากฏมากที่สุด พร้อมไปกับการจัดระเบียบควบคุม ปรับปรุงสาธารณูปโภคและสาธารณูปโภคหลักให้กับประชาชน เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมของเมืองประวัติศาสตร์ โดยมีการแบ่งพื้นที่นครประวัติศาสตร์ออกเป็น 7 เขต ดังนี้

1. พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวังโบราณ วัดธรรมิกราช วัดมหาธาตุ วัดพระราม วัดราชบูรณะ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร
2. พื้นที่ในเกาะเมืองนอกเขตอุทยานประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวังจันทร์เกษม วัดสุวรรณดาราราม เจดีย์ศรีสุริโยทัย
3. พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันออก เช่น วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล ตำหนักมเหยงคณ์
4. พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศตะวันตก เช่น วัดไชยวัฒนาราม วัดกษัตริย์ราช
5. พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศเหนือ เช่น วัดหน้าพระเมรุ วัดเชิงท่า
6. พื้นที่นอกเกาะเมืองด้านทิศใต้ เช่น วัดพุทธไสยาสน์ หมู่บ้านโปรตุเกส
7. พื้นที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้แล้วในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น ปราสาทนครหลวง วัดใหม่ประชุมพล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาพานิชย์ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย รับข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์จากการบอก

ปากต่อปาก และเข้าร่วมกิจกรรมไต่หน้าผาจำลองมากที่สุด โดยมีเหตุผลในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในระดับความสำคัญมากคือ ต้องการทดสอบสมรรถภาพของตนเอง มีความพึงพอใจในกิจกรรมทางทหารอยู่ในระดับพอใจอย่างมากคือ ได้ผจญภัยสิ่งแปลกใหม่ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในระดับสูง และทิศทางเดียวกัน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

กิตติศักดิ์ รัตนพล (2547) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน โดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน จำนวน 17 แห่ง และนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 200 คน ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง และผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และราคาค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง สำหรับการศึกษาด้านความสัมพันธ์พบว่า อายุ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่มาด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ส่วนอาชีพลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ส่วนอาชีพ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่มาด้วย และวัตถุประสงค์ของการเดินทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์สำคัญคือ การพักผ่อน เยี่ยมญาติ และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่ไปมากเรียงตามลำดับคือ ศูนย์การค้า ตลาดในเมือง วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกาะ โดยสิ่งจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอื่นๆ และอาศัยช่วงเวลาที่มียังท่องเที่ยวไปด้วย รองลงมาคือ คำชวนของเพื่อนและญาติโดยจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ตามระดับอายุดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่า กลุ่มกลางคนจะไปประชุมสัมมนามากกว่า และกลุ่มสูงอายุจะไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากกว่า

วรวิทย์ สุวรรณภักดี (2547) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบริเวณสถานที่ ด้านบริหารจัดการโดยทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ

อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะการมาท่องเที่ยว มีความคิดเห็น เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่าด้านบริหารจัดการโดยทั่วไปมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

งานวิจัยต่างประเทศ

เฮนดี และคณะ (Hendee and others, 1984, หน้า 60 - 64) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 140 คน ที่ไปท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าแถบตะวันตกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา 3 แห่ง โดยการสอบถามและสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 40 เห็นด้วยกับการจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าไปท่องเที่ยวและการส่งเสริมให้เอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อการพัฒนา มีความเห็นด้วยร้อยละ 10 และเห็นด้วยกับการลดผลกระทบในพื้นที่โดยวิธีการกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่า

เซบาลอส ลาสคูเรน (Celballos Lascurain, 1998, หน้า 111 – 112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวรอคส์ เมืองซิดนีย์ประเทศออสเตรเลีย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 240 ราย ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผลคือ ความรู้เชิงอนุรักษ์ การได้และการให้คุณค่าต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปาร์คเกอร์ (Parker ,1999, หน้า 1118 -1119A) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยองเกอร์ (Younger) มลรัฐนิวเจอร์ซีย์ ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนอายุระหว่าง 12-20 ปี จำนวน 480 คน ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
การเก็บรวบรวมข้อมูล
การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในปี 2550 จำนวน 370,000 คน และชาวต่างชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในปี 2550 จำนวน 690,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยผ่านการคำนวณด้วย Taro Yamane ดังนี้ (Taro Yamane, 1967, หน้า 886 อ้างอิงในณรงค์ มีนวล, 2548, หน้า 45)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง
N คือ จำนวนประชากร
e คือ ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 หรือ 5%

นักท่องเที่ยวยาวไทย 370,000 คน จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{370,000}{1 + 370,000 (0.05)^2} = 400 \text{ คน}$$

นักท่องเที่ยวยาวต่างชาติ 690,000 คน จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{690,000}{1 + 690,000 (0.05)^2} = 400 \text{ คน}$$

ตาราง 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากร

ประชากร	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวยาวไทย	370,000 คน	400 คน
นักท่องเที่ยวยาวต่างชาติ	690,000 คน	400 คน
รวม	1,060,000 คน	800 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เลือกโบราณสถานที่มีชื่อเสียง 4 แห่ง ได้แก่ วิหารมงคลบพิตร วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดหน้าพระเมรุ วัดไชยวัฒนาราม เป็นสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้การกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่าๆ กัน ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามโบราณสถานที่มีชื่อเสียง

โบราณสถาน	จำนวนนักท่องเที่ยวยาวไทย	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
1.วิหารมงคลบพิตร	100 คน	100 คน
2.วัดพระศรีสรรเพชญ์	100 คน	100 คน
3.วัดหน้าพระเมรุ	100 คน	100 คน
4.วัดไชยวัฒนาราม	100 คน	100 คน
รวม	400 คน	400 คน

จากนั้นใช้การแจกแบบสอบถามแบบตามสะดวก (Non - Probability Sampling : Convenient)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นจากหนังสือ เอกสาร ต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. ขอบเขตของแบบสอบถาม ได้แก่ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ได้แก่

ข้อที่ 1 เชื้อชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชาวไทย และชาวต่างชาติ

ข้อที่ 2 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษา / ปวช.

2. อนุปริญญา / ปวส.

3. ปริญญาตรี

4. ปริญญาโทหรือปริญญาเอก

ข้อที่ 4 อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา

2. รับราชการ

3. รัฐวิสาหกิจ

4. พนักงานเอกชน

5. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

6. อาชีพอื่น ๆ

ข้อที่ 5 ประสพการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อที่ 2 คำถามเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในกลุ่ม ที่มาเที่ยวชมอุทยาน

ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ข้อที่ 4 คำถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในอุทยาน

ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อที่ 5 คำถามเกี่ยวกับจำนวนโบราณสถานที่เที่ยวชมภายในอุทยาน

ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อที่ 6 คำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา

ข้อที่ 7 คำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม

ข้อที่ 8 คำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการจัดการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

การอภิปรายผลการวิจัย ของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้การวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2542, 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

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

ช่วงคะแนนเฉลี่ย (Means)	ระดับประสิทธิภาพ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิด ตามข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้ถูกต้อง และเหมาะสม
7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนและนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha – Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.92 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปใช้จริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ของการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 เอกสารเผยแพร่ของกระทรวงที่เกี่ยวข้องแห่งประเทศไทย

1.3 จุลสาร วารสารต่าง ๆ

1.4 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน โดยมีระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงตามลักษณะที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ดังนี้

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้วิเคราะห์และอธิบายระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้ประกอบกับค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ

สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน

1. สถิติ t-test ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มกับตัวแปรเชิงปริมาณ หรือทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิตินี้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 - 6
2. สถิติ One Way Anova ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มกับตัวแปรเชิงปริมาณ หรือทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของ 3 กลุ่มตัวอย่างขึ้นไป เพื่อคำนวณหาค่า f- test โดยใช้สถิตินี้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5-6
3. สถิติ pearson chi-square ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงกลุ่ม โดยใช้สถิตินี้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 3

สถิติทั้ง 3 ข้อใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

บทที่ 4

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละตอนตามลำดับของแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 6 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

1. เชื้อชาติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

2. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

4. นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 800 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 คน

ตาราง 3 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว			
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ*	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				
ชาย	195	48.8	207	51.8
หญิง	205	51.3	193	48.3
รวม	400	100	400	100
2. ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษาหรือปวช.	102	25.5	61	15.3
อนุปริญญาหรือปวส.	46	11.5	87	21.8
ปริญญาตรี	225	56.3	168	42.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว			
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	27	6.8	84	21.0
รวม	400	100	400	100
3. อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	117	29.3	65	16.3
รับราชการ	40	10.0	23	5.8
รัฐวิสาหกิจ	12	3.0	23	5.8
พนักงานบริษัทเอกชน	134	33.5	70	17.5
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	68	17.0	73	18.3
อาชีพอื่น ๆ**	29	7.3	146	36.5
รวม	400	100	400	100
4. ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว				
มี	344	86.0	182	45.5
ไม่มี	56	14.0	218	54.5
รวม	400	100	400	100

* ชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวอเมริกัน อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ รัสเซีย ฝรั่งเศส อิตาลี ฯลฯ

** อาชีพอื่นๆ ได้แก่ เกษียณ ศิลปิน แม่บ้าน เกษตรกร

เพศ

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า เพศหญิงมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า เพศชายมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือเพศหญิงจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

ระดับการศึกษา

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือปวช.จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระดับอนุปริญญาหรือปวส.จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอกจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอกจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ระดับอนุปริญญาหรือปวส.จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และระดับมัธยมศึกษาหรือปวช.จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

อาชีพ

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รับราชการจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อาชีพอื่นๆจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และรัฐวิสาหกิจจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 นักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รัฐวิสาหกิจจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 5.8 และรับราชการจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ในประเทศไทยมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สุดจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆในประเทศไทยจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ในประเทศไทยมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ในประเทศไทยจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์พฤติกรรมในตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 800 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว			
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการเดินทาง				
รถยนต์ส่วนตัว	266	66.5	81	20.3
รถโดยสารประจำทาง	51	12.8	27	6.8
รถม้าขององค์กรที่ท่านเดินทางมาด้วย	49	12.3	16	4.0
รถม้าของบริษัททัวร์	18	4.5	159	39.8
อื่นๆ	16	4.0	117	29.3
รวม	400	100.0	400	100.0
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
1 - 5 คน	218	54.5	259	64.8
6 - 10 คน	99	24.8	80	20.0
11 - 15 คน	23	5.8	48	12.0
16 - 20 คน	5	1.3	9	2.3
20 คนขึ้นไป	55	13.8	4	1.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว			
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	400	100.0	400	100.0
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว				
เดินทางคนเดียว	5	1.3	40	10.0
เดินทางกับครอบครัว	242	60.5	125	31.3
เดินทางกับเพื่อน	105	26.3	151	37.8
เดินทางกับคู่รัก	43	10.8	38	9.5
เดินทางกับที่ทำงาน	5	1.3	46	11.5
รวม	400	100.0	400	100.0
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว				
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	29	7.3	23	5.8
1 - 2 ชั่วโมง	150	37.5	191	47.8
3 - 4 ชั่วโมง	82	20.5	138	34.5
มากกว่า 4 ชั่วโมง	139	34.8	48	12.0
รวม	400	100.0	400	100.0
5. จำนวนโบราณสถาน				
1 - 2 แห่ง	75	18.8	57	14.3
3 - 4 แห่ง	178	44.5	203	50.8
5 - 6 แห่ง	104	26.0	90	22.5
7 - 8 แห่ง	11	2.8	36	9.0
มากกว่า 8 แห่ง	32	8.0	14	3.5
รวม	400	100.0	400	100.0
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม				
10 - 30 บาท	205	51.3	14	3.5
40 - 60 บาท	123	30.8	220	55.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว			
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
70 - 90 บาท	33	8.3	24	6.0
มากกว่า 90 บาท	39	9.8	142	35.5
รวม	400	100.0	400	100.0
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม				
น้อยกว่า 100 บาท	171	42.8	136	34.0
100 - 300 บาท	125	31.3	204	51.0
301 - 500 บาท	42	10.5	40	10.0
มากกว่า 500 บาท	62	15.5	20	5.0
รวม	400	100.0	400	100.0
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก				
น้อยกว่า 100 บาท	93	23.3	166	41.5
100 - 300 บาท	153	38.3	167	41.8
301 - 500 บาท	52	13.0	50	12.5
มากกว่า 500 บาท	102	25.5	17	4.3
รวม	400	100.0	400	100.0

พาหนะในการเดินทาง

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 รถบัสขององค์กรที่ทำงานเดินทางมาด้วย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รถบัสของบริษัททัวร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และพาหนะอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ รถบัสของบริษัททัวร์ จำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ

39.8 รองลงมาคือ พาหนะอื่น ๆ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และรถบัสขององค์กรที่ท่านเดินทางมาด้วย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1-5 คน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 6-10 คน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 20 คน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 11-15 คน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และกลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 16-20 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ในส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1-5 คน จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 6-10 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 11-15 คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 16-20 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และกลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 20 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เดินทางกับครอบครัว จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือ เดินทางกับเพื่อน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 เดินทางกับคู่รัก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 เดินทางคนเดียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และเดินทางกับที่ทำงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ในส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เดินทางกับเพื่อน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ เดินทางกับครอบครัว จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เดินทางกับที่ทำงาน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เดินทางคนเดียว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และเดินทางกับคู่รัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง จำนวน 150 คน คิดเป็น

ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

จำนวนโบราณสถาน

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนโบราณสถานที่นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เที่ยวชม 3-4 แห่ง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ เที่ยวชม 5-6 แห่ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 เที่ยวชม 1-2 แห่ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 เที่ยวชมมากกว่า 8 แห่ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และเที่ยวชม 7-8 แห่ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนโบราณสถานที่นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ เที่ยวชม 3-4 แห่ง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ เที่ยวชม 5-6 แห่ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 เที่ยวชม 1-2 แห่ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เที่ยวชม 7-8 แห่ง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และเที่ยวชมมากกว่า 8 แห่ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ ค่าใช้จ่าย 10-30 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 40-60 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 90 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และค่าใช้จ่าย 70-90 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ ค่าใช้จ่าย 40-60 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 90 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ค่าใช้จ่าย 70-90 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และค่าใช้จ่าย 10-30 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่ม

• ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ ค่าใช้จ่าย 301-500 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ค่าใช้จ่าย 301-500 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และค่าใช้จ่าย 301-500 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ค่าใช้จ่าย 301-500 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ความคิดเห็น	นักท่องเที่ยว					
	ชาวไทย			ชาวต่างชาติ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว						
1.1 โบราณสถานต่างๆ มีความน่าสนใจและมีชื่อเสียง	4.52	.529	มากที่สุด	4.15	.571	มาก
1.2 โบราณสถานต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาและซ่อมแซมเป็นอย่างดี	3.94	.791	มาก	4.10	.828	มาก
1.3 โบราณสถานมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว	3.94	.700	มาก	4.07	.875	มาก
1.4 โบราณสถานต่างๆ มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.82	.879	มาก	4.10	.752	มาก
1.5 โบราณสถานมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงาม	3.87	.777	มาก	4.05	.825	มาก
1.6 โบราณสถานมีความโดดเด่นจากอาคารและสิ่งก่อสร้างภายนอกอุทยานฯ อย่างชัดเจน	4.18	.662	มาก	3.93	.860	มาก
รวม	4.05	.491	มาก	4.06	.563	มาก
2. ด้านบริการการท่องเที่ยว						
2.1 จุดขายอาหารว่างและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ	3.89	.797	มาก	3.91	.708	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความคิดเห็น	นักท่องเที่ยว					
	ชาวไทย			ชาวต่างชาติ		
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล
2.2 เก้าอี้และศาลาพักผ่อนเพียงพอ ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	3.27	.842	ปาน กลาง	3.86	.741	มาก
2.3 ห้องสุขาถูกสุขอนามัย	3.18	.830	ปาน กลาง	3.53	.919	มาก
2.4 ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอต่อ ปริมาณนักท่องเที่ยว	3.16	.859	ปาน กลาง	3.55	.805	มาก
2.5 ถังขยะมีจำนวนเพียงพอและ ตั้งอยู่ในที่เหมาะสม	3.18	.956	ปาน กลาง	3.35	1.052	ปาน กลาง
2.6 การจัดเก็บค่าเข้าชมเป็นอัตราที่ สมเหตุสมผล	4.00	.666	มาก	3.59	1.024	มาก
2.7 ของที่ระลึกมีความเป็น เอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.99	.716	มาก	3.73	.994	มาก
2.8 ของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม	3.55	.773	มาก	3.74	.863	มาก
รวม	3.55	.513	มาก	3.66	.611	มาก
3. ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)						
3.1 คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวให้ ข้อมูลได้ดี	3.77	.707	มาก	3.83	.662	มาก
3.2 คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวมี ภาพประกอบที่สวยงาม	3.80	.730	มาก	3.74	.819	มาก
3.3 บุคลากรสามารถให้ข้อมูล เกี่ยวกับโบราณสถานได้ชัดเจน	3.84	.834	มาก	3.67	.784	มาก
3.4 บุคลากรมีอัธยาศัยไมตรีกับ นักท่องเที่ยว	4.08	.743	มาก	4.06	.678	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความคิดเห็น	นักท่องเที่ยว					
	ชาวไทย			ชาวต่างชาติ		
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล
3.5 ป้ายแนะนำโบราณสถานอธิบาย รายละเอียดของโบราณสถานได้ดี	3.97	.778	มาก	4.02	.814	มาก
3.6 ป้ายแนะนำกฎ-ข้อห้ามมีความ ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.92	.767	มาก	4.02	.882	มาก
รวม	3.90	.583	มาก	3.89	.503	มาก
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)						
4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เลือกใช้สื่อ หลากหลายประเภท เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือท่องเที่ยว ฯลฯ	3.88	.810	มาก	3.82	.757	มาก
4.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึง นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.73	.753	มาก	3.74	.796	มาก
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ รายละเอียดครบถ้วนทั้งในด้านที่ตั้ง เวลาที่ควรมาเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ	3.89	.740	มาก	3.72	.715	มาก
4.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำ อุทยานประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจ	3.81	.681	มาก	3.91	.709	มาก
4.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถกระตุ้นให้ท่านเกิดความ ต้องการมาเที่ยว	3.88	.729	มาก	3.93	.712	มาก
4.6 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ ท่านตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว	3.83	.783	มาก	3.93	.715	มาก
รวม	3.84	.578	มาก	3.84	.521	มาก

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) ซึ่งประกอบด้วย โบราณสถานต่างๆ มีความน่าสนใจและมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.52$) โบราณสถานต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาและซ่อมแซมเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.94$) โบราณสถานมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.94$) โบราณสถานต่างๆ มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.82$) โบราณสถานมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.87$) โบราณสถานมีความโดดเด่นจากอาคารและสิ่งก่อสร้างภายนอกอุทยานฯ อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.18$)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) ซึ่งประกอบด้วย โบราณสถานต่างๆ มีความน่าสนใจและมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.15$) โบราณสถานต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาและซ่อมแซมเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.10$) โบราณสถานมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.07$) โบราณสถานต่างๆ มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.10$) โบราณสถานมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.05$) โบราณสถานมีความโดดเด่นจากอาคารและสิ่งก่อสร้างภายนอกอุทยานฯ อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.93$)

ด้านบริการการท่องเที่ยว

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) ซึ่งประกอบด้วย จุดขายอาหารว่างและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.89$) เก้าอี้และศาลาพักผ่อนเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.27$) ห้องสุขาถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.18$) ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.16$) ถึงขยะมีจำนวนเพียงพอและตั้งอยู่ในที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.18$) การจัดเก็บค่าเข้าชมเป็นอัตราที่สมเหตุสมผล ($\bar{X} = 4.00$) ของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.99$) ของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.55$)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) ซึ่งประกอบด้วย จุดขายอาหารว่างและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.91$) เก้าอี้และศาลาพักผ่อนเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.86$) ห้องสุขาถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.53$) ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.55$) ถึงขยะมีจำนวนเพียงพอและตั้งอยู่ในที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.35$) การจัดเก็บค่าเข้าชมเป็นอัตราที่สมเหตุสมผล ($\bar{X} = 3.59$) ของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.73$) ของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.74$)

ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) ซึ่งประกอบด้วย คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลได้ดี ($\bar{X} = 3.77$) คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวมีภาพประกอบที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.80$) บุคลากรสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโบราณสถานได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.84$) บุคลากรมีอัธยาศัยไมตรีกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.08$) ป้ายแนะนำโบราณสถานอธิบายรายละเอียดของโบราณสถานได้ดี ($\bar{X} = 3.97$) ป้ายแนะนำกฎ-ข้อห้ามมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.92$)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ซึ่งประกอบด้วย คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลได้ดี ($\bar{X} = 3.83$) คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวมีภาพประกอบที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.74$) บุคลากรสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโบราณสถานได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.67$) บุคลากรมีอัธยาศัยไมตรีกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.06$) ป้ายแนะนำโบราณสถานอธิบายรายละเอียดของโบราณสถานได้ดี ($\bar{X} = 4.02$) ป้ายแนะนำกฎ-ข้อห้ามมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.02$)

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์เลือกใช้สื่อหลากหลายประเภท ($\bar{X} = 3.88$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.73$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รายละเอียดครบถ้วนทั้งในด้านที่ตั้ง เวลาที่ควรมาเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.89$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำอุทยานประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.81$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถกระตุ้นให้ท่านเกิดความต้องการมาเที่ยว ($\bar{X} = 3.88$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว ($\bar{X} = 3.83$)

ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์เลือกใช้สื่อหลากหลาย ($\bar{X} = 3.82$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.74$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รายละเอียดครบถ้วนทั้งในด้านที่ตั้ง เวลาที่ควรมาเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.72$) การโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำอุทยานประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.91$)

การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถกระตุ้นให้ท่านเกิดความต้องการมาเที่ยว ($\bar{X} = 3.93$)
 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว ($\bar{X} = 3.93$)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 6 ข้อ

1. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เชื่อชาติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทาง สถิติได้ดังนี้

H_0 : เชื่อชาติของนักท่องเที่ยว เป็นอิสระกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

H_1 : เชื่อชาติของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเชื่อชาติของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	311.79	4	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	59.57	4	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	106.05	4	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	64.16	3	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	25.44	4	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	254.06	3	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	44.52	3	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	81.94	3	.000

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเชื่อชาติของนักท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อมีค่าน้อย กว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เชื่อชาติของนักท่องเที่ยว มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

2.1 หาความสัมพันธ์ตามเพศ

ตาราง 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	22.37	4	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	36.16	4	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	16.18	4	.003
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	14.70	3	.002
5. จำนวนโบราณสถาน	32.97	4	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	19.55	3	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	16.21	3	.001
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	25.06	3	.000

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อ มีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.2 หาความสัมพันธ์ตามระดับการศึกษา

ตาราง 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	97.95	12	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	168.35	12	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	168.06	12	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	38.24	9	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	40.06	12	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	29.95	9	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	74.22	9	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	71.10	9	.000

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อ มีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.3 หาความสัมพันธ์ตามอาชีพ

ตาราง 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	289.49	20	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	242.13	20	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	206.84	20	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	63.54	15	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	143.99	20	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	68.24	15	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	70.24	15	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	100.17	15	.000

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.4 หาความสัมพันธ์ตามประสพการณ์ในการท่องเที่ยว

ตาราง 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	19.76	4	.001
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	17.81	4	.001
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	3.30	4	.508
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	24.78	3	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	39.55	4	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	4.27	3	.223
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	15.20	3	.002
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	60.85	3	.000

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อพาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพบว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถาน ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .001 , .001 , .000 , .000 , .002 และ .000 ตามลำดับ คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ประสพการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถาน ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3.1 หาความสัมพันธ์ตามเพศ

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	24.47	4	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	23.77	4	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	8.97	4	.062
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	5.82	3	.120
5. จำนวนโบราณสถาน	5.90	4	.206
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	22.03	3	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	5.31	3	.150
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	15.32	3	.002

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม และค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .000 , .000 , .000 และ .002 ตามลำดับ คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม และค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3.2 หาความสัมพันธ์ตามระดับการศึกษา

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	45.75	12	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	48.86	12	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	74.63	12	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	66.77	9	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	90.54	12	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	28.05	9	.001
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	29.67	9	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	30.59	9	.000

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3.3 หาความสัมพันธ์ตามอาชีพ

ตาราง 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	124.74	20	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	103.05	20	.000
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	76.03	20	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	57.01	15	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	111.58	20	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	133.93	15	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	63.53	15	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	99.48	15	.000

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในทุกข้อที่ระดับนัยสำคัญ .05

3.4 หาความสัมพันธ์ตามประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ตาราง 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Pearson Chi-square		
	Value	df	Sig.
1. พาหนะในการเดินทาง	35.28	4	.000
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	11.78	4	.019
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	40.54	4	.000
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	21.69	3	.000
5. จำนวนโบราณสถาน	23.38	4	.000
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม	62.46	3	.000
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	19.19	3	.000
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	9.84	3	.020

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ค่า Sig. ในทุกข้อมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ได้แก่

การทดสอบกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติค่าทดสอบ t-test ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อ (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05

4.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

เชื้อชาติ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาวไทย	400	4.05	.491	-4.79	798	.632
ชาวต่างชาติ	400	4.06	.536	-4.79	783.63	.632

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .632 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

เชื้อชาติ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาวไทย	400	3.55	.513	-2.62	798	.009
ชาวต่างชาติ	400	3.66	.611	-2.62	774.64	.009

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .009 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

เชื้อชาติ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาวไทย	400	3.90	.583	.113	794	.910
ชาวต่างชาติ	400	3.89	.503	.113	779.47	.910

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้

ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .910 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

เชื้อชาติ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาวไทย	400	3.84	.578	-0.96	798	.923
ชาวต่างชาติ	400	3.84	.521	-0.96	789.44	.923

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .923 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ได้แก่

การทดสอบกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติค่าทดสอบ t-test ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อ (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า .05

การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อ (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ทดสอบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1 แยกตามเพศ

5.1.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	195	3.95	.507	-3.93	398	.000
หญิง	205	4.14	.458	-3.92	389.12	.000

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	195	3.57	.501	.603	398	.547
หญิง	205	3.54	.524	.604	397.99	.546

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .546 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	195	3.89	.533	-.298	398	.310
หญิง	205	3.90	.628	-.300	392.63	.310

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .310 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	195	3.81	.581	-1.01	398	.310
หญิง	205	3.86	.576	-1.01	396.63	.310

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .310 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.2 แยกตามระดับการศึกษา

5.2.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.14	3	.382	1.58	.147
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	95.33	396	.241		
รวม	96.47	399			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีตามระดับการศึกษาต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .147 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05

5.2.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	9.90	3	3.30	13.72	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	95.24	396	.241		
รวม	105.14	399			

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีตามระดับการศึกษาต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า

.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 25 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
มัธยมศึกษาหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	.03820	.08710	.661
	ปริญญาตรี	.29270(*)	.05854	.000
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.51566(*)	.10614	.000
อนุปริญญาหรือปวส.	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.03820	.08710	.661
	ปริญญาตรี	.25449(*)	.07936	.001
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.47746(*)	.11890	.000
ปริญญาตรี	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.29270(*)	.05854	.000
	อนุปริญญาหรือปวส.	-.25449(*)	.07936	.001
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.22296(*)	.09988	.026
ปริญญาโทหรือ	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.51566(*)	.10614	.000
ปริญญาเอก	อนุปริญญาหรือปวส.	-.47746(*)	.11890	.000
	ปริญญาตรี	-.22296(*)	.09988	.026

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่

1. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาตรี
2. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก
3. อนุปริญญาหรือปวส.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาตรี
4. อนุปริญญาหรือปวส.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก
5. ปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก

5.2.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6.41	3	2.13	6.54	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	129.54	396	.327		
รวม	135.96	399			

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตามระดับการศึกษาต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 27 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
มัธยมศึกษาหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	.13754	.10158	.177
	ปริญญาตรี	.29094(*)	.06827	.000
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.30501(*)	.12379	.014
อนุปริญญาหรือปวส.	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.13754	.10158	.177
	ปริญญาตรี	.15340	.09255	.098
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.16747	.13866	.228
ปริญญาตรี	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.29094(*)	.06827	.000
	อนุปริญญาหรือปวส.	-.15340	.09255	.098
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.01407	.11649	.904
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.30501(*)	.12379	.014
	อนุปริญญาหรือปวส.	-.16747	.13866	.228
	ปริญญาตรี	-.01407	.11649	.904

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

1. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา มากกว่าปริญญาตรี
2. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก

5.2.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.74	3	1.247	3.799	.024
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	129.98	396	.328		
รวม	135.96	399			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .024 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 29 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
มัธยมศึกษาหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	.19693	.10176	.054
	ปริญญาตรี	.22342(*)	.06839	.001
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.23947	.12400	.054
	อนุปริญญาหรือปวส.	-.19693	.10176	.054
อนุปริญญาหรือปวส.	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.19693	.10176	.054
	ปริญญาตรี	.02649	.09271	.775
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.04254	.13890	.760
	ปริญญาตรี	-.22342(*)	.06839	.001
ปริญญาตรี	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.22342(*)	.06839	.001
	อนุปริญญาหรือปวส.	-.02649	.09271	.775
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.01605	.11669	.891
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	-.23947	.12400	.054
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	อนุปริญญาหรือปวส.	-.04254	.13890	.760
	ปริญญาตรี	-.01605	.11669	.891

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

1. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาตรี

5.3 แยกตามอาชีพ

5.3.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.74	5	.749	2.402	.057
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	122.95	394	.312		
รวม	126.69	399			

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .057 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ.05

5.3.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	12.27	5	3.236	15.028	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	137.05	390	.215		
รวม	149.33	395			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .002 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 32 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.33475(*)	.08792	.000
	รัฐวิสาหกิจ	-.16213	.14550	.266
	พนักงานบริษัทเอกชน	.11353	.06074	.062
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.31838(*)	.07320	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.18045	.09957	.071
รับราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	-.33475(*)	.08792	.000
	รัฐวิสาหกิจ	-.49688(*)	.15799	.002
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.22122(*)	.08649	.011
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.65313(*)	.09565	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.51519(*)	.11707	.000
รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	.16213	.14550	.266
	รับราชการ	.49688(*)	.15799	.002
	พนักงานบริษัทเอกชน	.27565	.14464	.057
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.15625	.15030	.299
	อาชีพอื่น ๆ	-.01832	.16476	.912

ตาราง 32 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.11353	.06074	.062
	รับราชการ	.22122(*)	.08649	.011
	รัฐวิสาหกิจ	-.27565	.14464	.057
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.43190(*)	.07147	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.29397(*)	.09831	.003
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	.31838(*)	.07320	.000
	รับราชการ	.65313(*)	.09565	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.15625	.15030	.299
	พนักงานบริษัทเอกชน	.43190(*)	.07147	.000
	อาชีพอื่น ๆ	.13793	.10646	.196
อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	.18045	.09957	.071
	รับราชการ	.51519(*)	.11707	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.01832	.16476	.912
	พนักงานบริษัทเอกชน	.29397(*)	.09831	.003
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.13793	.10646	.196

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 8 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
3. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ
4. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

5. รัฐบาลมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ

6. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

7. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

8. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ

5.3.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีอาชีพแตกต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	16.17	5	3.236	15.028	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	83.97	390	.215		
รวม	100.15	395			

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 34 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.60110(*)	.09864	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.11360	.16324	.487
	พนักงานบริษัทเอกชน	.47865(*)	.06814	.000
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	.17978(*)	.08212	.029
	อาชีพอื่น ๆ	-.00565	.11171	.960
รับราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	-.60110(*)	.09864	.000
	รัฐวิสาหกิจ	-.48750(*)	.17725	.006
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.12245	.09703	.208
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.42132(*)	.10731	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.60675(*)	.13134	.000
รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.11360	.16324	.487
	รับราชการ	.48750(*)	.17725	.006
	พนักงานบริษัทเอกชน	.36505(*)	.16227	.025
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	.06618	.16862	.695
	อาชีพอื่น ๆ	-.11925	.18485	.519
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.47865(*)	.06814	.000
	รับราชการ	.12245	.09703	.208
	รัฐวิสาหกิจ	-.36505(*)	.16227	.025
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.29887(*)	.08018	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.48430(*)	.11029	.000
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.17978(*)	.08212	.029
	รับราชการ	.42132(*)	.10731	.000
	รัฐวิสาหกิจ	-.06618	.16862	.695
	พนักงานบริษัทเอกชน	.29887(*)	.08018	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.18543	.11944	.121

ตาราง 34 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	.00565	.11171	.960
	รับราชการ	.60675(*)	.13134	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.11925	.18485	.519
	พนักงานบริษัทเอกชน	.48430(*)	.11029	.000
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	.18543	.11944	.121

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 8 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารัฐวิสาหกิจ
3. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
4. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่น ๆ
5. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
6. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
7. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ
8. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่น ๆ

5.3.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	18.71	5	3.742	16.418	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	89.79	394	.228		
รวม	108.50	399			

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 36 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.20962(*)	.10332	.043
	รัฐวิสาหกิจ	.09295	.17100	.587
	พนักงานบริษัทเอกชน	.16073(*)	.07138	.025
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.23058(*)	.08602	.008
	อาชีพอื่น ๆ	.08002	.11702	.495
รับราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	-.20962(*)	.10332	.043
	รัฐวิสาหกิจ	-.11667	.18568	.530
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.04888	.10164	.631
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.44020(*)	.11241	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.12960	.13759	.347
รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.09295	.17100	.587
	รับราชการ	.11667	.18568	.530
	พนักงานบริษัทเอกชน	.06779	.16999	.690
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.32353	.17664	.068
	อาชีพอื่น ๆ	-.01293	.19363	.947
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.16073(*)	.07138	.025
	รับราชการ	.04888	.10164	.631
	รัฐวิสาหกิจ	-.06779	.16999	.690
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.39132(*)	.08399	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.08072	.11554	.485
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	.23058(*)	.08602	.008
	รับราชการ	.44020(*)	.11241	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.32353	.17664	.068
	พนักงานบริษัทเอกชน	.39132(*)	.08399	.000
	อาชีพอื่น ๆ	.31060(*)	.12512	.013

ตาราง 36 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	-.08002	.11702	.495
	รับราชการ	.12960	.13759	.347
	รัฐวิสาหกิจ	.01293	.19363	.947
	พนักงานบริษัทเอกชน	.08072	.11554	.485
	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	-.31060(*)	.12512	.013

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 12 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารัฐวิสาหกิจ
3. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
4. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่น ๆ
5. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
6. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่ารัฐวิสาหกิจ
7. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
8. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

9. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

10. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

11. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ

12. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

5.4 แยกตามประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

5.4.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	344	4.04	.498	-.331	398	.741
ไม่มี	56	4.07	.452	-.354	78.355	.724

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .724 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.4.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	344	3.55	.518	.127	398	.899
ไม่มี	56	3.54	.487	.133	76.707	.895

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .895 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.4.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	344	3.89	.596	-.789	398	.431
ไม่มี	56	3.95	.499	-.896	83.040	.373

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .373 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.4.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาด การท่องเที่ยว)

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	344	3.85	.591	1.053	398	.293
ไม่มี	56	3.76	.493	1.200	83.749	.234

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .234 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ที่แตกต่างกัน

6.1 แยกตามเพศ

6.1.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	207	4.11	.511	1.843	398	.066
หญิง	193	4.01	.611	1.832	375.258	.068

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .068 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.1.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	207	3.64	.618	-.716	398	.474
หญิง	193	3.68	.605	-.717	397.025	.474

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .474 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.1.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	207	3.93	.504	1.654	394	.099
หญิง	193	3.85	.500	1.654	393.313	.099

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .099 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.1.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
ชาย	207	3.89	.560	2.073	398	.039
หญิง	193	3.78	.470	2.085	393.742	.038

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .038 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.2 แยกตามระดับการศึกษา

6.2.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6.154	3	2.051	6.739	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	120.543	396	.304		
รวม	126.698	399			

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 46 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean		
		Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
มัธยมศึกษาหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	.40371(*)	.09214	.000
	ปริญญาตรี	.26137(*)	.08247	.002
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.18696(*)	.09281	.045

ตาราง 46 (ต่อ)

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean		
		Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
อนุปริญญาหรือปวส.	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.40371(*)	.09214	.000
	ปริญญาตรี	-.14234	.07288	.051
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	-.21675(*)	.08440	.011
ปริญญาตรี	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.26137(*)	.08247	.002
	อนุปริญญาหรือปวส.	.14234	.07288	.051
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	-.07440	.07373	.314
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.18696(*)	.09281	.045
	อนุปริญญาหรือปวส.	.21675(*)	.08440	.011
	ปริญญาตรี	.07440	.07373	.314

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าระดับการศึกษาต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่

1. มัธยมศึกษาหรือปวช. มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอนุปริญญาหรือปวส.
2. มัธยมศึกษาหรือปวช. มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาตรี
3. มัธยมศึกษาหรือปวช. มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก
4. อนุปริญญาหรือปวส. มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก

6.2.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.666	3	.555	1.489	.217
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	147.665	396	.373		
รวม	149.331	399			

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .217 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้านบริการการท่องเที่ยว ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.2.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.165	3	1.388	5.670	.001
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	95.986	392	.245		
รวม	100.151	395			

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว). พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .001 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 49 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
มัธยมศึกษาหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	.00908	.08264	.913
	ปริญญาตรี	-.20986(*)	.07397	.005
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	-.01899	.08411	.822
อนุปริญญาหรือปวส.	มัธยมศึกษาหรือปวช.	-.00908	.08264	.913
	ปริญญาตรี	-.21894(*)	.06536	.001
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	-.02807	.07665	.714
ปริญญาตรี	มัธยมศึกษาหรือปวช.	.20986(*)	.07397	.005
	อนุปริญญาหรือปวส.	.21894(*)	.06536	.001
	ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	.19087(*)	.06722	.005
ปริญญาโทหรือปริญญาเอก	มัธยมศึกษาหรือปวช.	.01899	.08411	.822
	อนุปริญญาหรือปวส.	.02807	.07665	.714
	ปริญญาตรี	-.19087(*)	.06722	.005

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าระดับการศึกษาต่างๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1. มัธยมศึกษาหรือปวช.มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าปริญญาตรี
2. อนุปริญญามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าปริญญาตรี
3. ปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าปริญญาโทหรือปริญญาเอก

6.2.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.057	3	.352	1.299	.274
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	107.451	396	.271		
รวม	108.509	399			

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .274 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.3 แยกตามอาชีพ

6.3.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	7.344	5	1.469	6.493	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	89.133	394	.226		
รวม	96.477	399			

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 52 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	-.06767	.13553	.618
	รัฐวิสาหกิจ	.04827	.13553	.722
	พนักงานบริษัทเอกชน	.14817	.09622	.124
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.15076	.09527	.114

ตาราง 52 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
รับราชการ	อาชีพอื่น ๆ	-.06970	.08330	.403
	นักเรียนนักศึกษา	.06767	.13553	.618
	รัฐวิสาหกิจ	.11594	.16473	.482
	พนักงานบริษัทเอกชน	.21584	.13426	.109
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.08309	.13358	.534
รัฐวิสาหกิจ	อาชีพอื่น ๆ	-.00203	.12532	.987
	นักเรียนนักศึกษา	-.04827	.13553	.722
	รับราชการ	-.11594	.16473	.482
	พนักงานบริษัทเอกชน	.09990	.13426	.457
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.19903	.13358	.137
พนักงานบริษัทเอกชน	อาชีพอื่น ๆ	-.11798	.12532	.347
	นักเรียนนักศึกษา	-.14817	.09622	.124
	รับราชการ	-.21584	.13426	.109
	รัฐวิสาหกิจ	-.09990	.13426	.457
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.29892(*)	.09345	.001
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอื่น ๆ	-.21787(*)	.08121	.008
	นักเรียนนักศึกษา	.15076	.09527	.114
	รับราชการ	.08309	.13358	.534
	รัฐวิสาหกิจ	.19903	.13358	.137
	พนักงานบริษัทเอกชน	.29892(*)	.09345	.001
อาชีพอื่น ๆ	อาชีพอื่น ๆ	.08105	.08008	.312
	นักเรียนนักศึกษา	.06970	.08330	.403
	รับราชการ	.00203	.12532	.987
	รัฐวิสาหกิจ	.11798	.12532	.347
	พนักงานบริษัทเอกชน	.21787(*)	.08121	.008
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.08105	.08008	.312

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 9 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารัฐวิสาหกิจ
3. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ
4. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
5. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
6. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
7. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
8. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
9. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

6.3.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 53 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบบริการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	14.362	5	2.872	12.466	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	90.783	394	.230		
รวม	105.145	399			

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบบริการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบบริการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 54 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบบริการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.32132(*)	.14309	.025
	รัฐวิสาหกิจ	.07132	.14309	.618
	พนักงานบริษัทเอกชน	.15975	.10159	.117
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.33093(*)	.10058	.001
	อาชีพอื่น ๆ	-.04240	.08794	.630

ตาราง 54 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
รับราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	-.32132(*)	.14309	.025
	รัฐวิสาหกิจ	-.25000	.17392	.151
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.16157	.14175	.255
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.65225(*)	.14103	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.36372(*)	.13231	.006
รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.07132	.14309	.618
	รับราชการ	.25000	.17392	.151
	พนักงานบริษัทเอกชน	.08843	.14175	.533
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.40225(*)	.14103	.005
	อาชีพอื่น ๆ	-.11372	.13231	.391
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.15975	.10159	.117
	รับราชการ	.16157	.14175	.255
	รัฐวิสาหกิจ	-.08843	.14175	.533
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.49068(*)	.09866	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.20215(*)	.08574	.019
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	.33093(*)	.10058	.001
	รับราชการ	.65225(*)	.14103	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.40225(*)	.14103	.005
	พนักงานบริษัทเอกชน	.49068(*)	.09866	.000
	อาชีพอื่น ๆ	.28853(*)	.08454	.001
อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	.04240	.08794	.630
	รับราชการ	.36372(*)	.13231	.006
	รัฐวิสาหกิจ	.11372	.13231	.391
	พนักงานบริษัทเอกชน	.20215(*)	.08574	.019
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.28853(*)	.08454	.001

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 8 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
3. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
4. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่ารัฐวิสาหกิจ
5. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
6. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
7. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ
8. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

6.3.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.343	5	1.669	5.243	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	125.387	394	.318		
รวม	133.730	399			

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 56 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.47960(*)	.11258	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.47235(*)	.11258	.000
	พนักงานบริษัทเอกชน	.38498(*)	.07993	.000
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	.03678	.07913	.642
	อาชีพอื่น ๆ	.45383(*)	.06949	.000
รับราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	-.47960(*)	.11258	.000
	รัฐวิสาหกิจ	-.00725	.13683	.958
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.09462	.11152	.397
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.44282(*)	.11095	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.02577	.10430	.805
รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา	-.47235(*)	.11258	.000
	รับราชการ	.00725	.13683	.958
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.08737	.11152	.434
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.43558(*)	.11095	.000
	อาชีพอื่น ๆ	-.01852	.10430	.859
พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	-.38498(*)	.07993	.000
	รับราชการ	.09462	.11152	.397
	รัฐวิสาหกิจ	.08737	.11152	.434
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.34821(*)	.07762	.000
	อาชีพอื่น ๆ	.06885	.06777	.310
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.03678	.07913	.642
	รับราชการ	.44282(*)	.11095	.000
	รัฐวิสาหกิจ	.43558(*)	.11095	.000
	พนักงานบริษัทเอกชน	.34821(*)	.07762	.000
	อาชีพอื่น ๆ	.41705(*)	.06683	.000

ตาราง 56 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	-.45383(*)	.06949	.000
	รับราชการ	.02577	.10430	.805
	รัฐวิสาหกิจ	.01852	.10430	.859
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.06885	.06777	.310
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.41705(*)	.06683	.000

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่าง ๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 9 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
3. นักเรียน/นักศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
4. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่ารัฐวิสาหกิจ
5. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
6. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ
7. รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
8. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

9. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ

6.3.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.343	5	1.669	5.243	.000
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	125.387	394	.318		
รวม	133.730	399			

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .000 คือมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์(การตลาดการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และนำไปทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD ดังปรากฏผลดังนี้

ตาราง 58 แสดงผลความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	.59454(*)	.11583	.000

ตาราง 58 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	
รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	.24671(*)	.11583	.034	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.32125(*)	.08223	.000	
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	.02118	.08142	.795	
	อาชีพอื่น ๆ	.48808(*)	.07119	.000	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.59454(*)	.11583	.000	
	รัฐวิสาหกิจ	-.34783(*)	.14078	.014	
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.27329(*)	.11474	.018	
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.57336(*)	.11416	.000	
	อาชีพอื่น ๆ	-.10646	.10710	.321	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.24671(*)	.11583	.034	
พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ	.34783(*)	.14078	.014	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.07453	.11474	.516	
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.22553(*)	.11416	.049	
	อาชีพอื่น ๆ	.24136(*)	.10710	.025	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.32125(*)	.08223	.000	
	รับราชการ	.27329(*)	.11474	.018	
	รัฐวิสาหกิจ	-.07453	.11474	.516	
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.30007(*)	.07986	.000	
	อาชีพอื่น ๆ	.16683(*)	.06940	.017	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.02118	.08142	.795	
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ	.57336(*)	.11416	.000	
	รัฐวิสาหกิจ	.22553(*)	.11416	.049	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.30007(*)	.07986	.000	
	อาชีพอื่น ๆ	.46689(*)	.06843	.000	
	นักเรียน/นักศึกษา	-.48808(*)	.07119	.000	
	รับราชการ	.10646	.10710	.321	
	รัฐวิสาหกิจ	-.24136(*)	.10710	.025	
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.16683(*)	.06940	.017	
	อาชีพอื่น ๆ	นักเรียน/นักศึกษา	-.48808(*)	.07119	.000
		รับราชการ	.10646	.10710	.321
รัฐวิสาหกิจ		-.24136(*)	.10710	.025	
พนักงานบริษัทเอกชน		-.16683(*)	.06940	.017	
นักเรียน/นักศึกษา		-.48808(*)	.07119	.000	

ตาราง 58 (ต่อ)

อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	-.46689(*)	.06843	.000

จากผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่าอาชีพต่างๆ ที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05 จำนวน 6 คู่ ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่ารับราชการ
2. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน
3. นักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
4. รับราชการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
5. พนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา น้อยกว่าค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
6. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าอาชีพอื่นๆ

6.4 แยกตามประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

6.4.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตาราง 59 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	182	4.16	.574	2.983	398	.003
ไม่มี	218	3.99	.544	2.969	377.236	.003

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .003 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.4.2 ด้านบริการการท่องเที่ยว

ตาราง 60 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	182	3.73	.591	2.317	398	.021
ไม่มี	218	3.59	.622	2.327	391.337	.020

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .021 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.4.3 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 61 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว)

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	182	3.86	.525	-1.267	394	.206
ไม่มี	218	3.92	.483	-1.257	364.196	.210

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .206 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

6.4.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ตาราง 62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกันต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว)

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว	n	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
มี	182	3.82	.550	-.636	398	.525
ไม่มี	218	3.85	.497	-.630	368.924	.529

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .525 คือมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตอนที่ 4 การสรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการตอบแบบสอบถามในตอนต้นที่ 4 สามารถสรุปเป็นข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้มีการจัดทำป้ายต่าง ๆ และคู่มือนักท่องเที่ยวเป็นภาษาอื่น ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ รวมถึงเพิ่มปริมาณป้ายบอกทางไปโบราณสถานแห่งอื่น ๆ และเพิ่มป้ายข้อมูลของโบราณสถานต่าง ๆ ให้มีรายละเอียดมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้มีการดูแลรักษาความสะอาด เพิ่มมากขึ้นอีก
3. นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้ดูแลจัดการสุนัขจรจัดที่มีจำนวนมากในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยนักท่องเที่ยวเกรงว่าจะทำร้ายนักท่องเที่ยวได้
4. นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย หรือตำรวจเข้ามาดูแลในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อป้องกันการโจรกรรมทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

5. นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้มีการจัดทำตัวเข้าชมให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของโบราณสถานแต่ละแห่ง ซึ่งจะช่วยให้มีคุณค่าควรแก่การจดจำ



บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตามตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข รวมทั้งเป็นข้อเสนอแนะในเรื่องของการดูแลรักษาโบราณสถานรวมถึงบริเวณโดยรอบ พร้อมทั้งจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกบริการพื้นฐาน การให้ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คนและชาวต่างชาติ 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2552 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close – ended question) และปลายเปิด(Open – ended question) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 800 คน แบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ทั้งสิ้น ได้นำมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ในประเทศไทย จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0

1.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ในประเทศไทย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1-5 คน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 เที่ยวชม 3-4 แห่ง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ค่าใช้จ่าย 10-30 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

2.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่คือ รถบัสของบริษัททัวร์ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 กลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1-5 คน จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 เที่ยวชม 3-4 แห่ง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชมคือ ค่าใช้จ่าย 40-60 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ

51.0 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกคือ ค่าใช้จ่าย 100-300 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในภาพรวมพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และด้านบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$)

3.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และด้านบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$)

4. การทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานข้อที่ 1 เชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ ด้วยสถิติ chi-square พบว่า เชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.2 สมมติฐานข้อที่ 2. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า เพศ

ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถาน และค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถาน ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.3 สมมติฐานข้อที่ 3. เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาด้วยสถิติ chi-square พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม และค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในข้อ พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนโบราณสถาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ chi-square พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในทุกข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.4 สมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้วยสถิติ t-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านบริการการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.5 สมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

4.5.1 แยกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันใน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนด้านบริการการท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.5.2 แยกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์

4.6.4 แยกตามประสบการณ์ในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกันในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านบริการการท่องเที่ยว ส่วนด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาดการท่องเที่ยว) และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาดการท่องเที่ยว) มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ด้านข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาเป็นเครื่องชี้วัดและระดับปริมาณของความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ในเรื่องของความรู้สึกนึกคิดของความคิดเห็น ฉะนั้น ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ อาจจะมีประสบการณ์ ปริมาณของความรู้ ความเข้าใจน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า และส่งผลให้มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับระดับการศึกษา สอดคล้องกับดลใจ มณีงาม (2550, หน้า 143) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้มาเที่ยว

อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพของบุคคลย่อมมีผลต่อการบริหารจัดการเกี่ยวกับตนเอง การบริโภคเพื่อการดำเนินชีวิตและการแสวงหาการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกันได้ เพราะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพ และสถานภาพทางสังคมจิตวิทยา โดยเฉพาะอาชีพจะเป็นเครื่องบ่งชี้ในการตัดสินใจได้ บุคคลที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ย่อมมีแนวคิดในการตัดสินใจเลือกรับรู้ต่างจากอาชีพนักเรียนนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้ด้วยตนเอง ต้องเรียนหนังสือซึ่งความคิดอ่านประสบการณ์ก็แตกต่างกันด้วย ซึ่ง

สอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับดลใจ มณีงาม (2550, หน้า 143) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อาชีพของผู้มาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเที่ยว ซึ่งจากผลของการสอดคล้องของงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการเตรียมสถานที่หรือกิจกรรมอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาชีพ เช่น สำหรับกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้นั้น อาจทำของที่ระลึกขนาดเล็กที่มีราคาย่อมเยาสำหรับขายให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้

ด้านข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลทุกเพศ มีโอกาสศึกษาหาประสบการณ์ได้อย่างทัดเทียมกัน และเป็นอิสระสามารถเปิดเผยกันได้ทั้งหญิง และชายในภาวะปัจจุบันซึ่งต่างจากสมัยก่อนที่เพศหญิงไม่มีโอกาสที่จะศึกษาเล่าเรียน ท่องเที่ยว หาประสบการณ์นอกบ้าน ดังนั้น เมื่อได้รับรู้สภาพแวดล้อมและประสบการณ์ต่าง ๆ เหมือนกัน ก็สามารถรับรู้ได้เท่าเทียมกัน จึงไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) ได้ ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระดับ การศึกษาเป็นเครื่องชี้วัดและระดับปริมาณของความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถซึ่งเป็นพื้นฐาน สำคัญในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ในเรื่องของความรู้สึกลึกซึ้งของความคิดเห็น ฉะนั้น ผู้ที่มี ระดับการศึกษาต่ำ อาจจะมีประสบการณ์ ปริมาณของความรู้ ความเข้าใจน้อยกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่า เพราะได้มีโอกาสและเวลาในการศึกษาค้นคว้า ใฝ่หาเรียนรู้ได้มากกว่า จึง สามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อเลือกตัดสินใจในความรู้สึกลึกซึ้งได้ มากกว่า และอาจเห็นจุดบกพร่องได้แตกต่างกัน จึงมีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งคล้ายกับงานวิจัยของศศิธร สามารถ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับปรียาพร พรหมพิทักษ์ (2527) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวต่อแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแผนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพของบุคคลย่อมมีผลต่อการบริหารจัดการเกี่ยวกับตนเอง การบริโภคเพื่อการดำเนินชีวิตและการแสวงหา การตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกันได้ เพราะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพ และสถานภาพทางสังคมจิตวิทยา โดยเฉพาะอาชีพจะเป็นเครื่องบ่งชี้ในการตัดสินใจได้ บุคคลที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ย่อมมีแนวคิดในการตัดสินใจเลือกรับรู้ต่างจากอาชีพพนักงาน/นักศึกษา ที่ยังไม่มีรายได้ด้วยตนเอง ต้องเรียนหนังสือซึ่งความอ่านประสบการณ์ก็แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับดลใจ มณีนาม (2550, หน้า 143) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อาชีพของผู้มาเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่ต่างกัน ซึ่งคล้ายกับชนพรรณี ชินณะพงศ์ (2535, หน้า 128) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานนกน้ำ บึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า อาชีพมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักผ่อน

นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประเทศไทยนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันมาก - และแต่ละแหล่งท่องเที่ยวก็มีการบริหารจัดการที่คล้ายคลึงกัน อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวาชรัตน์ นันทเสน (2546, หน้า 98) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการวิจัยที่ได้รับแล้วผู้วิจัยได้พบประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ ที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปขยายผล เพื่อเป็นประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงขอเสนอแนะให้ทำการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบกับอุทยานประวัติศาสตร์แห่งอื่นๆ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงโบราณสถานที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย
2. ศึกษาความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ว่านักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไรบ้าง ต้องการให้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีบริการอื่นๆเพิ่มเติมอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลการวิจัยมาประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนนำไปพัฒนาปรับปรุงให้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และคงความสวยงามสมบูรณ์ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาต่อไป



บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2543). รายงานผลการวิจัยโครงการสำรวจค่าใช้จ่าย
นักท่องเที่ยวปี2543. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). เอกสารประกอบการสัมมนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ไทยยุคใหม่ในโลก. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). รายงานสถิติประจำปี 2550. กรุงเทพฯ: กองสถิติและ
วิจัย.
- กิตติศักดิ์ รัตนพล. (2547). ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวเชิง
เกษตรชุมชน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ
จงพิศ ศิริวัฒน์, สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และสมมาตร จุฬิกพงษ์.โครงการสำรวจสถิติ
นักท่องเที่ยวภาคใต้ปี 2534. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะ
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนพรรณี ชินณะพงศ์. (2535). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อม
ทางกายภาพ บริเวณอุทยานนกน้ำ บึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์.
วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). การวิจัยเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ชิตจันทร์ หังสสุต. (2532). หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชุตา จิตพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สारมวลดชน.
- ณรงค์ มีนวล. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
กรุงเทพฯ ฯ.
- ณรงฤทธิ์ หวังพัฒนาพานิชย์. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวแบบผจญ
ภัยของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
จังหวัดนครนายก. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ ฯ.

- ดลใจ มณีงาม. (2550). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- ดุษ ชุมสาย และณิพัทธ์ พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2529). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : โครงการตำราและเอกสารทางวิชาการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทนา แหวนนาค ประทุมมมาลย์ พวงโต และสิริกานต์ ธัญวงศ์พันธ์. (2551). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- ประพาเพ็ญ สุวรรณ. (2527). **พฤติกรรมสุขภาพ เอกสารการสอนวิชาสุขศึกษานำยที่1-7**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ป.สัมพันธ์พาณิชย์.
- ปรียาพร พรหมพิทักษ์. (2527). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแผนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึงจังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2531). **การวัดทัศนคติ**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพศาล หวังพานิช. (2531). **วิธีวิจัย**. กรุงเทพฯ : งานส่งเสริมและตำรา กองบริการการศึกษา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลาวัณย์ จักรานุกัณณ์. (2540). **ความคิดเห็นของนิสิตปริญญาโทภาคพิเศษ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (M.B.A) สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ เขตกรุงเทพมหานครต่อการจัดการศึกษาภาคพิเศษ**. ปริญญาโท กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- รวัดัย สุวรรณภักดี. (2547). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง**. ปริญญาโท วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ .

- วินิจ วีระยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์
และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศศิธร สามารณ. (2545). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ไทยในจังหวัดกระบี่. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ศักดิ์ สุนทรเสถณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ: ดี.ดี.บุ๊คส์สโตร์.
- สุโขทัยธรรมนิราช. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจหน่วยที่ 1-8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช.
- สุโท เจริญสุข. (2524). หลักจิตวิทยาและพัฒนาการของมนุษย์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แพร่
พิทยา.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- หลวงวิเชียรแพทยาคม. (2509). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อารัญ บุญชัย และจินตนา ต้นศราวพิรุณ. (2546). ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(Health Tourism : จุดขาย
ใหม่ของการท่องเที่ยวไทย) .วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 40(5), 22-27.
- อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาในเขต
ฐานทัพเรือสัตหีบ.การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อุทัย นิรันดร์. (2519). หลักสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- Ceballos Laseurain, H. (1998). Proprietors Opinion on Ecotourism : A Case Study of The
Roxz Bay,Sydney Australia. Journal of Ecotourism Research,
- Hendee,J. C. and Others. (1984). Wilderness users in the Pacific Northwest : Their
characteristics, values and management preferences. Washington,D.C. : USDA
Forest Service Research.
- Parker,A.L. (1999). Tourism behavior of younger. Dissertation Abstracts International.
- Remmer,V.P. (1996). Introduction to psychology. New York : McGraw-Hill.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพระเชตุвр



มหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ทำขึ้นเพื่อสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นความลับ และใช้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น
3. แบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นอื่น ๆ ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ขอขอบคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างดี

ปาริฉัตร คอนขำ

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เชื้อชาติ (✓) ไทย () ต่างชาติ ระบุ _____
2. เพศ () ชาย () หญิง
3. ระดับการศึกษา
 () มัธยมศึกษา / ปวช. () อนุปริญญา / ปวส.
 ()ปริญญาตรี () ปริญญาโท/ปริญญาเอก
4. อาชีพ
 () นักเรียน/นักศึกษา () รับราชการ
 () รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว () อาชีพอื่น ๆ _____
5. ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆในประเทศไทย
 () มี ระบุ _____ () ไม่มี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ท่านเดินทางมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยาด้วยยานพาหนะใด
 () รถยนต์ส่วนตัว () รถโดยสารประจำทาง
 () รถบัสขององค์กรที่ท่านเดินทางมาด้วย () รถบัสของบริษัททัวร์
 () อื่นๆ _____
2. จำนวนสมาชิกในกลุ่มของท่านที่มาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครหรืออยุธยา
 () 1 - 5 คน () 6 - 10 คน
 () 11 - 15 คน () 16 - 20 คน
 () 20 คนขึ้นไป

3. ท่านเดินทางเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยากับใคร
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เดินทางคนเดียว | <input type="checkbox"/> เดินทางกับครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> เดินทางกับเพื่อน | <input type="checkbox"/> เดินทางกับคู่รัก |
| <input type="checkbox"/> เดินทางกับที่ทำงาน | |
4. ระยะเวลาในการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 1 - 2 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3 - 4 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ชั่วโมง |
5. จำนวนโบราณสถานที่เที่ยวชมภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 - 2 แห่ง | <input type="checkbox"/> 3 - 4 แห่ง |
| <input type="checkbox"/> 5 - 6 แห่ง | <input type="checkbox"/> 7 - 8 แห่ง |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 8 แห่ง | |
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 10 - 30 บาท | <input type="checkbox"/> 40 - 60 บาท |
| <input type="checkbox"/> 70 - 90 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 90 บาท |
7. ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 - 300 บาท |
| <input type="checkbox"/> 301 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 500 บาท |
8. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 - 300 บาท |
| <input type="checkbox"/> 301 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 500 บาท |

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง 1
1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว					
1.1 โบราณสถานต่างๆ มีความน่าสนใจและมีชื่อเสียง					
1.2 โบราณสถานต่างๆ ได้รับการดูแลรักษาและซ่อมแซมเป็นอย่างดี					
1.3 โบราณสถานมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว					
1.4 โบราณสถานต่างๆ มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย					
1.5 โบราณสถานมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพที่สวยงาม					
1.6 โบราณสถานมีความโดดเด่นจากอาคารและสิ่งก่อสร้างภายนอกอุทยานอย่างชัดเจน					
2. ด้านบริการการท่องเที่ยว					
2.1 จุดขายอาหารว่างและเครื่องดื่มเพียงพอต่อความต้องการ					
2.2 เก้าอี้และศาลาพักผ่อนเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว					
2.3 ห้องสุขาถูกสุขอนามัย					
2.4 ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว					
2.5 ถึงขยะมีจำนวนเพียงพอและตั้งอยู่ในที่เหมาะสม					
2.6 การจัดเก็บค่าเข้าชมเป็นอัตราที่สมเหตุสมผล					

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง 1
2.7 ของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.8 ของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม					
3. ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร (การตลาด การท่องเที่ยว)					
3.1 คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลได้ดี					
3.2 คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวมีภาพประกอบที่ สวยงาม					
3.3 บุคลากรสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ โบราณสถานได้ชัดเจน					
3.4 บุคลากรมีอัธยาศัยไมตรีกับนักท่องเที่ยว					
3.5 ป้ายแนะนำโบราณสถานอธิบายรายละเอียด ของโบราณสถานได้ดี					
3.6 ป้ายแนะนำกฎ-ข้อห้ามมีความชัดเจนและ เข้าใจง่าย					
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (การตลาด การท่องเที่ยว)					
4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เลือกใช้สื่อ หลากหลายประเภท เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือ ท่องเที่ยว ฯลฯ					
4.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึง นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
4.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รายละเอียด ครบถ้วนทั้งในด้านที่ตั้ง เวลาที่ควรมาเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ					
4.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำอุทยาน ประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจ					
4.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถกระตุ้น ให้ท่านเกิดความต้องการมาเที่ยว					

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง 1
4.6 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ท่าน ตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

*****ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ*****





Naresuan University

Questionnaire about Behavior and Opinion of Thai and Foreign Tourists
Visiting Ayutthaya Historical Park

Part 1: Personal Informations

Remarks: Please put \checkmark into () in front of your answers.

1. Nationality

() Thai

(\checkmark) Other _____

2. Gender

() Male

() Female

3. Education

() High School/Certificate

() Diploma

() Bachelor's Degree

() Master's/Doctorate Degree

4. Occupation

() Student

() Government Officer

() State Enterprise Officer

() Company Officer

() Trading/Business Owner

() Other _____

5. Have you ever been to other historical parks in Thailand?

() Yes. _____

() No.

Part 2: Please put \surd into () in front of your answers.

1. What kind of vehicle did you travel to Ayutthaya Historical Park in?

- () Private Car () Public Bus
 () Company Bus () Tour Bus
 () Other: _____

2. Including yourself, how many people are in your group?

- () 1-5 persons () 6-10 persons
 () 11-15 persons () 16-20 persons
 () More than 20 persons

3. Who are you visiting Ayutthaya Historical Park with?

- () Alone () Family
 () Friends () Spouse
 () Company

4. How much time did you spend at Ayutthaya Historical Park today?

- () Less than 1 hour () 1-2 hours
 () 3-4 hours () More than 4 hours

5. How many historic sites did you visit in Ayutthaya Historical Park?

- () 1-2 sites () 3-4 sites
 () 5-6 sites () 7-8 sites
 () More than 8 sites

6. Approximately how much money did you spend per person for tickets to enter all of the sites you visited today?

- () 10-30 Baht () 40-60 Baht
 () 70-90 Baht () More than 90 Baht

7. Approximately how much money did you spend per person to purchase food and beverages at Ayutthaya Historical Park?

Less than 100 Baht

100-300 Baht

301-500 Baht

More than 500 Baht

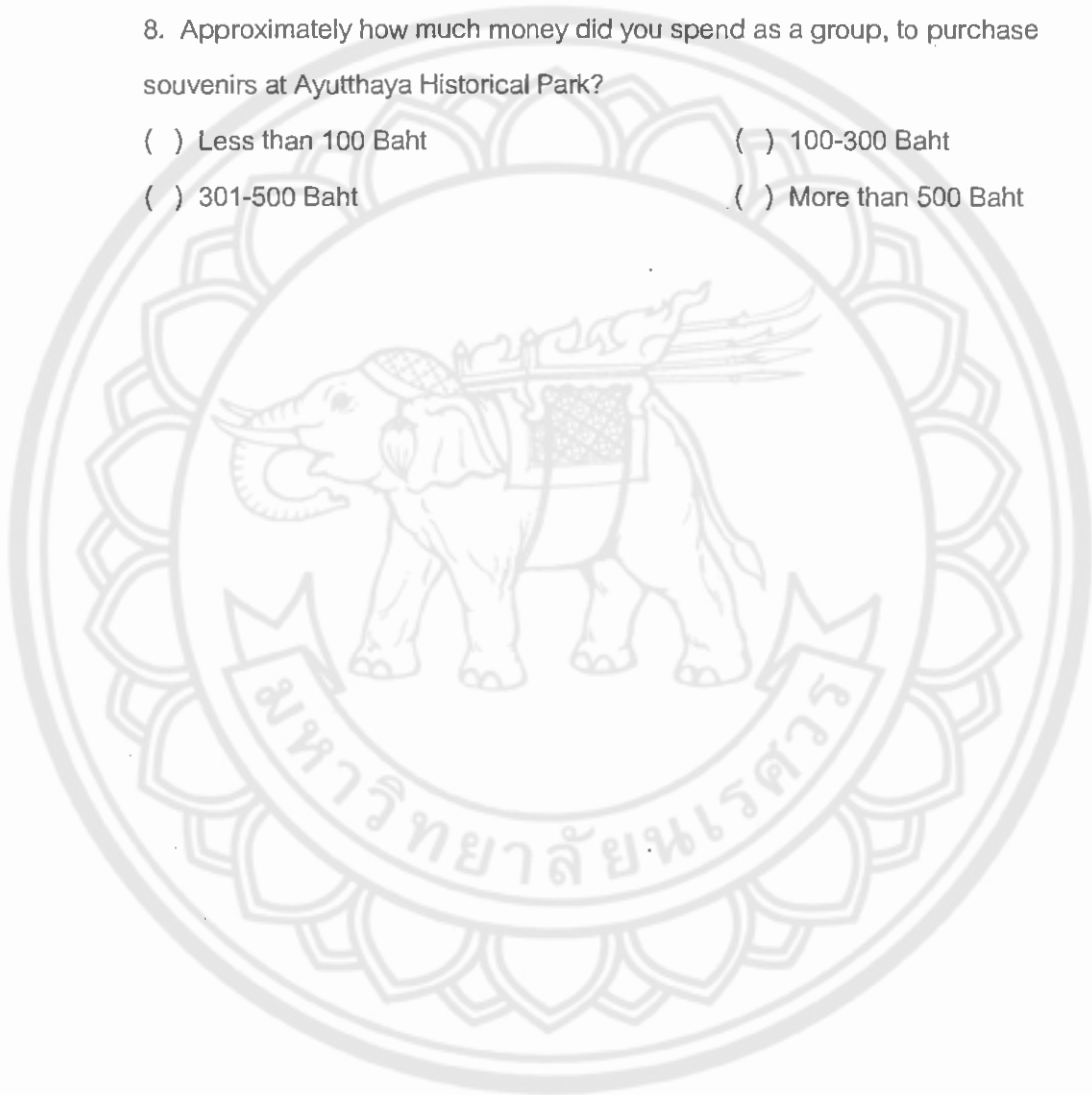
8. Approximately how much money did you spend as a group, to purchase souvenirs at Ayutthaya Historical Park?

Less than 100 Baht

100-300 Baht

301-500 Baht

More than 500 Baht



Part 3: Please rate the following with regards to your experience at Ayutthaya Historical Park

Elements	Level of Agreement				
	Strongly Agree 5	Agree 4	Neutral 3	Disagree 2	Strongly Disagree 1
1: Tourism Resources					
1.1 The historic sites I visited were interesting and familiar					
1.2 The historic sites I visited were well-maintained					
1.3 Ayutthaya Historic Park is safe for tourists					
1.4 The historic sites were clean and well maintained					
1.5 The historic sites have good environmental management and an attractive landscape					
1.6 Each historic site has its own uniqueness which is clearly separated from other sites nearby.					
2: Tourism Services					
2.1 The food and beverage service was adequate					
2.2 Resting area is enough to meet tourist's needs					
2.3 The restrooms were clean and well maintained					
2.4 Restroom is enough to meet tourist's needs					
2.5 Trashcans were easy to find and not in need of servicing					

Elements	Level of Agreement				
	Strongly Agree 5	Agree 4	Neutral 3	Disagree 2	Strongly Disagree 1
2.6 The ticket prices were reasonable					
2.7 The souvenir shop sells unique local products					
2.8 The souvenir shop has a reasonable prices					
3: Information (Marketing)					
3.1 The Tourist Manual gave useful information					
3.2 The Tourist Manual has nice pictures					
3.3 Service Officers were knowledgable and provided useful information					
3.4 Service Officers had good manners and were service-minded					
3.5 Information signs gave useful information					
3.6 Regulation signs were clear and easy to understand					
4: Public Relations (Marketing)					
4.1 Public relations and advertisement provide various channels to promote to tourists such as internet, travel magazines and etc.					
4.2 Public relations and advertisement can really get through tourist target market					

Elements	Level of Agreement				
	Strongly Agree 5	Agree 4	Neutral 3	Disagree 2	Strongly Disagree 1
4.3 Public relations and advertisement and advertisement give complete information on location, working hour and event calendar					
4.4 Public relations and advertisement promote Ayutthaya Historical Park interestingly					
4.5 Public relations and advertisement attract tourists to visit					
4.6 Public relations and advertisement help you to decide to visit Ayutthaya Historical Park					

Other Suggestion

*****Thank you for your time*****



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล

ปาริฉัตร คอนขำ

วัน เดือน ปีเกิด

24 กรกฎาคม 2526

ที่อยู่ปัจจุบัน

22/2 หมู่ 2 ตำบลตะลุง อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี 15000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550

ศศ.บ. (การโรงแรม) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตศรีราชา

