

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยว
ที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทรงวิทย์	เจริญกิจฉนลาม
ธัญญลักษณ์	เรืองระวีวัฒน์
วรรษษา	พรหมศิลป์

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2551

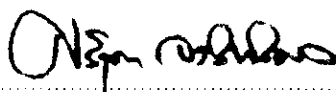
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ดำเนินการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(ดร.สันติธร คุรุภักดี)

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.ศรีสุดา จงสิทธิ์มุล)

ผู้อำนวยการ ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2551

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความเกื้อหนุนเกี่ยวกับหัวข้อของการศึกษาวิจัยจาก ดร.ศรีสุตา จงสิทธิผล ได้รับการดูแลเอาใจใส่จาก ดร.สันติธรรมาภรณ์ อธิการบดี อธิการบดีปรีक्षा และได้รับข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จาก ดร.สุรพิชัย พรหมสิทธิ์ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำแนะนำ แก่ไขและบรรดาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์วัฒนา สุนทรชัย รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง ผู้ช่วยศาสตราจารย์จากรณี กมลไนติธรรมา คุณอภิชัย อรัญญิก และอาจารย์ศราวุธ สังข์วรรณะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกแบบสอบถาม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่บิดามารดา ครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ทรงวิทย์

เจริญกิจจนลาภ

ธัญญลักษณ์

เรืองระวีวัฒน์

วรรษษา

พรหมสิทธิ์

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ทรงวิทย์ เจริญกิจธนาภ, ธัญญลักษณ์ เรืองระวีวัฒน์, วรรษชา พรหมศิลป์
ที่ปรึกษา	ดร.สันติธร ภูริภักดี
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551
คำสำคัญ	การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวทางน้ำ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้คือ การทดสอบ t (t-test) และการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คือ ความเป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ

นักท่องเที่ยวที่มี นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน สำหรับระดับการศึกษา พบว่า มีปัจจัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ..... 1
	ความเป็นมาของปัญหา..... 1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 5
	ความสำคัญของการวิจัย..... 5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้..... 5
	ขอบเขตของการวิจัย..... 5
	สมมุติฐานของการวิจัย..... 6
	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 7
	นิยามศัพท์เฉพาะ..... 7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 8
	ความหมายของการท่องเที่ยว..... 8
	ความหมายของนักท่องเที่ยว..... 10
	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว..... 12
	ปัจจัยสำคัญทางการท่องเที่ยว..... 13
	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ..... 13
	ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค..... 14
	ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ..... 15
	ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ..... 16
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 18
	สรุปการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ประเด็นปัญหาในการวิจัย..... 23
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 24
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	25
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และการหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	26
แหล่งข้อมูล.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	27
4 ผลการวิจัย.....	29
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	30
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำ ของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	55
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมที่เคยท่องเที่ยว ทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ.....	59
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา Content Analysis จากแบบสอบถามปลายเปิด.....	60
5 บทสรุป.....	61
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	61
สมมติฐานของการวิจัย.....	61
ประชากรและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผลการวิจัย.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	65

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	69
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	78

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกภาคบริการในช่วงปี 2538-2548.....	4
2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละ.....	30
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม.....	31
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ.....	32
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม.....	33
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน.....	34
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน.....	35
8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อกีฬา / บันทึง.....	36
9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	37

สารบัญญัตราสาร (ต่อ)

ตาราง

หน้า

10	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยาโดยเดินทางมาคนเดียว.....	38
11	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับคู่รัก(แฟน).....	39
12	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	40
13	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ.....	41
14	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับลูกค้า.....	42
15	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อนหรือไม่.....	43
16	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบกาารท่องเที่ยวทางน้ำที่เคย ท่องเที่ยวมาก่อนคือล่องเรือชมทิวทัศน์.....	44
17	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาารท่องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบกาารท่องเที่ยวทางน้ำที่เคย ท่องเที่ยวมาก่อนคือรับประทานอาหารบนเรือ.....	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

18	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบกาห้องเที่ยวทางน้ำที่เคย ห้องเที่ยวมาก่อนคือกิจกรรมสันทนาการบนเรือ.....	46
19	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบกาห้องเที่ยวทางน้ำที่เคย ห้องเที่ยวมาก่อนคือว่ายน้ำ – ดำน้ำ.....	47
20	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาห้องเที่ยวทางน้ำ.....	48
21	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการห้องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	49
22	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการห้องเที่ยวว่าเคยห้องเที่ยว ทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	50
23	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนกาห้องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	51
24	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบกาห้องเที่ยวทางน้ำของ พระนครศรีอยุธยาที่ประทับใจ.....	52
25	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกาห้องเที่ยวของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับมีโอกาสที่จะมาห้องเที่ยงทางน้ำที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	53

สารบัญญัตราสาร (ต่อ)

ตาราง

หน้า

26	แสดงจำนวนและคำร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	54
27	แสดงค่าทางสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยสวนด้านเพศ.....	56
28	แสดงค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบตามพฤติกรรมที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ.....	59

สารบัญภาพ

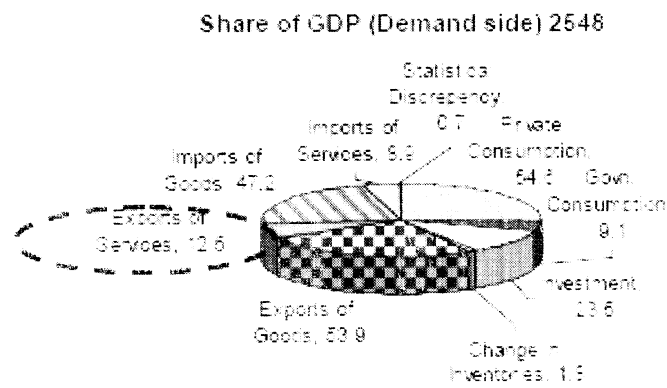
ภาพ	หน้า
1 สัดส่วนของ Real GDP ในด้านอุปสงค์.....	1
2 สัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อการส่งออกสินค้าและบริการ (BOP basis).....	2
3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

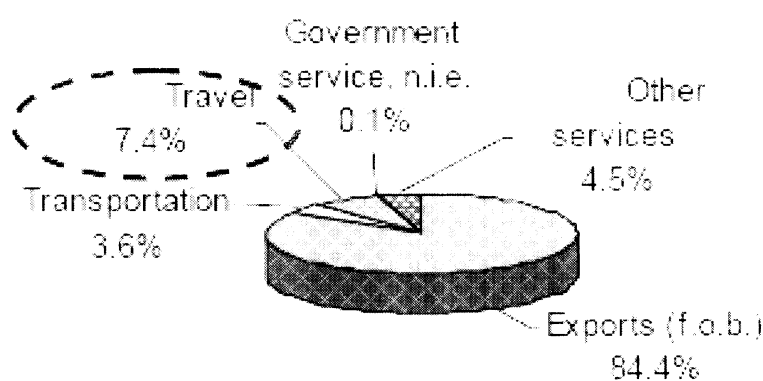
การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการขยายตัวและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ จากบทวิเคราะห์ เรื่อง บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ โดยสำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาคและระหว่างประเทศ (กระทรวงการคลัง, 2550, หน้า 1) พบว่า ด้านการขยายตัว ในปี พ.ศ. 2548 การส่งออกภาคบริการมีส่วนร้อยละ 12.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (Real GDP) ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนประมาณร้อยละ 50 ของรายได้จากภาคบริการทั้งหมด ดังนั้นสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ Real GDP คิดเป็นร้อยละ 6.3 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ยิ่งไปกว่านั้นสัดส่วนภาคการท่องเที่ยวต่อการส่งออกภาคบริการโดยรวมยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 9.2 ในปี พ.ศ. 2538 เป็นร้อยละ 11.9 ในปี พ.ศ. 2543 และร้อยละ 12.5 ในปี พ.ศ. 2548 ทำให้รายได้จากภาคการท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากประมาณร้อยละ 8.0 ต่อปีในปี 2543 เป็นร้อยละ 14.0 ต่อปีในปี พ.ศ. 2548



ภาพ 1 แสดงสัดส่วนของ Real GDP ในด้านอุปสงค์

ด้านเสถียรภาพ พบว่า ในปี พ.ศ. 2548 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานในภาคโรงแรมและภัตตาคาร จำนวน 2.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ของการจ้างแรงงานรวมและเป็นแหล่งงานสำคัญในการรองรับการว่างงานนอกฤดูเก็บเกี่ยวของภาคการเกษตร นอกจากนี้ยังพบว่าในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่า 9,576.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 7.4 ของรายได้จากการส่งออกสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งรายได้ที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทยแหล่งใหญ่แหล่งหนึ่ง และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของดุลบัญชีเดินสะพัด ซึ่งหากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวได้ดี จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ดุลบัญชีเดินสะพัดของประเทศเกินดุล ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น

แม้ว่าในปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยจะมีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นบ้าง ไม่ว่าจะเป็นความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ และความไม่แน่นอนทางการเมือง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 13.8 ล้านคน สูงกว่าในปี พ.ศ. 2548 ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 11.3 ล้านคน คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 21.9 และสูงกว่าเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางไว้ คือ 13.65 ล้านคน และจากการวิเคราะห์ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง พบว่า หากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 100,000 คน จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2550 เพิ่มขึ้นประมาณ 3,700 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลเพิ่มขึ้นประมาณ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และทำให้ GDP ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.15 ต่อปี



ภาพ 2 แสดงสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อการส่งออกสินค้าและบริการ (BOP basis)

จากความสำคัญดังกล่าว รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ในปี พ.ศ.2547-2551 โดยมีเป้าประสงค์ที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียภายในปี พ.ศ.2551 และในปี พ.ศ.2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือ มีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

สำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย รายงานว่า มีผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดให้มีการส่งเสริมอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ภายใต้โครงการ “Amazing River of King” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี “Amazing Thailand” นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางน้ำยังได้รับผลมาจากความสำเร็จในการจัดกิจกรรมการแข่งทางน้ำต้อนรับผู้นำจาก 21 เศรษฐกิจเอเปคในปี พ.ศ.2546 และต่อเนื่องมาในปี พ.ศ.2549 ภายหลังจากจัดงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่ง ททท. ได้จัดทำรายการนำเที่ยวเส้นทางล่องเรือในรูปแบบต่าง ๆ ตามลำน้ำสายสำคัญ รวมทั้งรายการล่องเรือสัมผัสเส้นทางกระบวนเรือพระราชพิธีและเส้นทางท่องเที่ยวของพระราชอาณาจักร

ส่งผลให้ตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องหันมาพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวทางน้ำอย่างกว้างขวาง เช่น กลุ่มธุรกิจเรือท่องเที่ยวได้มีการพัฒนารูปแบบ ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้บริการในรูปแบบทัวร์คลองด้วยเรือหางยาว โรงแรมชั้นนำและร้านอาหารที่ตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำจัดเรือท่องเที่ยวไว้ให้บริการ รวมถึงการล่องเรือท่องเที่ยวในเส้นทางกรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นที่ตั้งของกรุงศรีอยุธยาในอดีต หรือที่มีชื่อเต็มว่า “กรุงเทพมหานครศรีอยุธยา” เป็นจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมมาท่องเที่ยว เนื่องจากมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น ที่ตั้งของจังหวัดอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพและ สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ทั้งทางบก โดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง รถไฟ หรือทางน้ำ อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตั้งอยู่ในเกาะเมืองที่มีแม่น้ำ 3 สายโอบล้อมคือทิศเหนือเป็นแม่น้ำลพบุรี ทิศตะวันออกเป็นแม่น้ำป่าสัก ทิศตะวันตกและทิศใต้เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้งภายในเกาะเมืองมีคูคลองน้อยใหญ่มากมาย ในทางยุทธศาสตร์แม่น้ำทั้งสามนี้เป็นประหนึ่งคูเมืองธรรมชาติที่ป้องกันการรุกรานของข้าศึกศัตรู และในฤดูน้ำหลาก น้ำยังจะไหลท่วมเพื่อมิให้ข้าศึกศัตรูสามารถตั้งค่ายตั้งทัพได้ สำหรับในทางการคมนาคมและการค้า การที่เกาะเมืองมีแม่น้ำล้อม

ลอบและมีคูคลองภายใน อีกทั้งยังอยู่ไม่ไกลจากปากอ่าวมากนัก จึงทำให้เป็นศูนย์กลางในการคมนาคมและศูนย์กลางในการติดต่อค้าขาย

จากภูมิประเทศและปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่า ในปี พ.ศ. 2549 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้น

ตาราง 1 แสดงสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (พ.ศ. 2543 - 2549)

ปี	ผู้เยี่ยมเยือน	นักท่องเที่ยว	ผู้เดินทาง	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวนโรงแรม	ห้องพัก
2545	2,833,860	688,906	2,144,954	3,181.63	23	1,421
2546	2,711,607	447,412	2,264,195	3,656.90	21	1,421
2547	3,023,933	582,661	2,441,272	4,475.07	27	1,446
2548	3,260,589	625,674	2,634,915	4,781.09	32	1,446
2549	5,091,236	629,317	1,916,301	3,753.19	32	1,964

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6

การล่องเรือท่องเที่ยวเป็นรายการนำเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกอย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมสำคัญ ๆ และในช่วงเทศกาลลอยกระทงที่บรรยากาศเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ โดยความโดดเด่นในด้านวัฒนธรรม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตริมแม่น้ำ และอาหารไทย รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการปรับปรุงภูมิทัศน์และประดับไฟส่องสว่างตามโบราณสถานและสถานที่สำคัญ ๆ ริมแม่น้ำ จึงเอื้ออำนวยต่อการล่องเรือท่องเที่ยวมาค้าคืน ทำให้รายการนำเที่ยวทางน้ำสามารถดำเนินการได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงที่มีกิจกรรมสำคัญทางน้ำเท่านั้น

ดังนั้น จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการท่องเที่ยวกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา และโครงการเสริมสร้างและสนับสนุนการท่องเที่ยวทางน้ำซึ่งเป็นโครงการในยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเด็นด้านการรักษาและใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมในการเพิ่มมูลค่าทางด้านการท่องเที่ยว การที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดได้นั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

ทางน้ำของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

ความสำคัญของการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้

1. ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
2. ทราบปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทราบปัญหาต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไว้ 5 ประการดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยจะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

2. ขอบเขตด้านประชากร สำหรับประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากประชากร ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

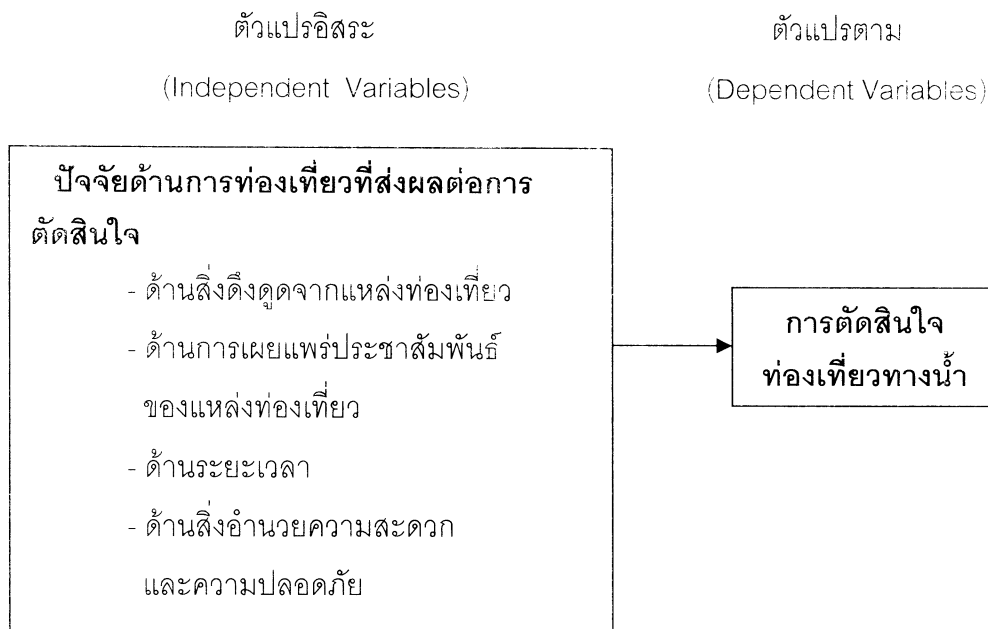
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวรอบเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5. ขอบเขตด้านเวลา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน กันยายน – ตุลาคม 2550

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
3. ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวทางน้ำ หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ดำเนินการระหว่างการท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือชมทัศนียภาพ การรับประทานอาหารบนเรือ กิจกรรมอื่น ๆ ที่กระทำบนเรือระหว่างการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง คนไทยที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมหรือการแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การเลือกที่พัก การเลือกแหล่งท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย บทความ และค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จึงได้แบ่งเนื้อหาที่จะนำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 1.4 ปัจจัยสำคัญทางการท่องเที่ยว
 - 1.5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว
 - 2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
 - 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. สรุปการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ประเด็นปัญหาในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2549, หน้า 2)

ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า การเดินทางใด ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี ค.ศ.1963 (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2549, หน้า 15) ที่ประชุมได้สรุปว่า การเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุผลดังนี้

1. การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) ในยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้คนได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ง่ายขึ้น ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวตามอัธยาศัยของตนเพิ่มขึ้น ผู้ที่มีเวลาว่างจะวางแผนการเดินทางล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง โดยใช้เวลาหยุดงานไปท่องเที่ยวในลักษณะสบาย ๆ

3. การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday) ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ จึงมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ทำให้ในวันหยุดนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปต่างท้องถิ่นหรือนอกเมือง นอกถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของตน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) การท่องเที่ยวชนิดนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ

- การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ
- การไปแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย

5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health) ปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบนี้อย่างเป็นระบบ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษาและผู้เดินทางไปฝึกอบรม ศึกษาดูงาน เป็นนักท่องเที่ยวด้วย

7. การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง แม้ในยามที่ข้าวยากหมากแพง การเดินทางไม่ปลอดภัย แต่ผู้แสวงบุญก็ยังเดินทางด้วยความศรัทธาไปยังสถานที่ที่เป็นความเชื่อตามศาสนาของตน

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) นับเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ เมื่อมนุษย์ตั้งถิ่นฐานถาวรแล้ว มีสิ่งของที่เหลือจากการอุปโภคบริโภค จะเดินทางเพื่อนำสินค้าไปขายหรือแลกเปลี่ยนในแหล่งชุมชนอื่น

9. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friend and Relative : VFR) เป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มนุษย์จะเดินทางไปเยี่ยมบิดามารดา ญาติในถิ่นเกิดหรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว

10. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission) เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) แบ่งประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เป็น 2 ประเภท คือ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2546, หน้า 5)

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด เพื่อสุขภาพ การศึกษา ศาสนา และการกีฬา

2. ติดต่อธุรกิจ (Business) อันได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวชม การซื้อของที่ระลึก และอื่น ๆ

ความหมายของนักท่องเที่ยว

(ศรีัญญา วรากุลวิทย์, 2549, หน้า 15-18) กำหนดความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวนานาชาติ (Inbound Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางพำนักอยู่ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ของตนในระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งคืน แต่ไม่เกินหนึ่งปี ด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปหารายได้ และบุคคลใดที่เดินทางตามลักษณะดังกล่าว แต่พำนักสถานที่นั้น ๆ น้อยกว่าหนึ่งคืน เรียกว่า นักทัศนจร (International Excursionists)

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่พำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและจะเป็นคนสัญชาตินั้นหรือไม่ก็ตาม เดินทางไปสถานที่อื่นภายในประเทศ นั้น นอกเหนือจากการเป็นอยู่ตามปกติของเขาในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือหนึ่งคืน โดยมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เป็นการหารายได้จากสถานที่นั้น โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อเหตุผล ดังนี้

- การเดินทางที่ใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน วันหยุด สุขภาพ การศึกษา ศาสนา และกีฬา
- การเดินทางเพื่อธุรกิจ และเพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

องค์การท่องเที่ยงโลก (WTO) (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2546, หน้า 3) ได้ประกาศใช้นิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เมื่อ ปี ค.ศ.1968 ภายหลังจากการประชุม เรื่อง การเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึงนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. Travelers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ ผู้เร่รอน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ และผู้ลี้ภัย

2. Visitors หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกเป็น 2 ประเภทคือ

Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

- International Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

- Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่ปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

Excursionists หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitors) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

- International Excursionists หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ

- Domestic Excursionists หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533, หน้า 19) ได้นำความหมายที่องค์การท่องเที่ยงโลกแห่งองค์การสหประชาชาติกำหนดมาเป็นหลักในการจัดนับสถิติ โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมงและไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้น ๆ เพื่อ

- การท่องเที่ยว การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมญาติมิตร การศึกษาและการดูงาน

- การร่วมประชุมสัมมนาหรือเป็นตัวแทนสมาคม นักบวช นักกีฬา ฯลฯ
- การติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้
- การมาเก็บเรือเดินสมุทรที่แวะจอดในท่าเรือ

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่พำนักอยู่ในประเทศไทยและเดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการหารายได้ในสถานที่ที่ไปเยือนและมีระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเดินทางและกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมายเป็นการนำทรัพยากรด้านต่าง ๆ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของมวลมนุษยชาติ ซึ่งส่งผลไปสู่การพัฒนาประเทศ

การท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและระดับโลก จะทำการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

2. การเดินทาง การท่องเที่ยวก็คือการเดินทางไปให้ถึงจุดหมายปลายทางตามที่นักท่องเที่ยวตั้งใจไว้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง คือ ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การเดินทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพโดยวิธีใดนั้น ๆ จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางทั้งสภาพยานพาหนะที่ใช้เดินทาง และระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมีความปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อย รวมทั้งการประหยัดซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกิดจากการเดินทางเพิ่มขึ้น

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันเทิงใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถานโบราณวัตถุ ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ฯลฯ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการคือ

3.1 แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สูดกลิ่นอายธรรมชาติ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ

3.2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3.3 แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการขัดจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ ๆ

3.4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ ประสบการณ์และสถานภาพของตนเอง ตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีลักษณะแตกต่างกับสภาพแวดล้อมในถิ่นที่อยู่ของตนเอง จะเป็นแรงดึงดูดใจอันสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

ปัจจัยสำคัญทางการท่องเที่ยว

ฮอลโลเวย์ (ศรีบุญญา วรากุลวิทย์, 2549, หน้า 102) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็กกล้า อุตสาหกรรมผลิตสินค้าบริโภค ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมายในการอำนวยความสะดวกให้เกิดการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ

(สุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547, หน้า 83-84) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกบริการทางการท่องเที่ยวว่ามักจะเป็นกระบวนการที่มีความรอบคอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวมีปัจจัยต่าง ๆ อีกมากมายเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจหรือปัจจัยในการเลือกทั้งปัจจัยส่วนตัวหรือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในได้แก่ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความสนใจ ครอบครัว เงินเหลือใช้ งาน การใช้ชีวิต ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ คำแนะนำจากตัวแทน (Travel Agent) ข่าวสารจากสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำบอกเล่าของคนรู้จัก คำบอกเล่าของคนรู้จัก ศาสนา สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว การเมือง กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

(ศุภร เสรีรัตน์, 2544, หน้า 6,32) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ “บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด”

ทฤษฎีของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล (Substantive theories) เป็นทฤษฎีที่มองว่าวิธีการหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในกระบวนการซื้อที่จะต้องมามีข้อมูลที่เพียงพอ หรือต้องมีความสามารถในการให้ได้มาซึ่งความรู้ที่จำเป็นต่อการกระทำการตัดสินใจ ทฤษฎีที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล ได้แก่

- ทฤษฎีว่าด้วยการเป็นคนประหยัด (Economic man) ภายใต้ทฤษฎีนี้ถือว่าผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ปราศจากการใช้ความพยายามหรือการเสียต้นทุนใด ๆ ส่วนบุคคล นอกจากนั้นความต้องการของผู้บริโภคก็แน่นอนและเป็นจริง

- ทฤษฎีว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ (Problem solving or decision making) ทฤษฎีว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจถือว่า ผู้บริโภคไม่ได้มีความรู้หรือมีข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวกับทางเลือกต่าง ๆ ที่ต้องตัดสินใจ ฉะนั้นเมื่อตัดสินใจหรือแก้ปัญหาจึงต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมซึ่งต้องเสียเวลาและใช้ความพยายาม ภายใต้ทฤษฎีนี้จึงถือว่าการตัดสินใจอาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้ แต่ก็ถือว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยโดยทั่วไปหรือไม่ใช่สาระสำคัญ

- ทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk avoidance) ทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานที่ว่า ผู้บริโภคคือผู้ตัดสินใจซึ่งเป็นผู้ที่พยายามจะแก้ไขปัญหาการซื้อด้วยกระบวนการตัดสินใจ

- ทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้ (Learning) ทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้จะมีพื้นฐานส่วนใหญ่มาจากทฤษฎีของ Pavlov และ Skinner ซึ่งในส่วนของทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้จะทำให้ได้ข้อคิดว่า ผู้บริโภคจะเรียนรู้เกี่ยวกับการซื้อที่ได้มากจากประสบการณ์การจดจำซื้อของที่เกิดขึ้นจริง

2. ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ แตกต่างจากทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผลหลายประการ คือ ประการแรก ทฤษฎีนี้เน้นว่า ผู้บริโภคขาดข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจ ประการที่ 2 ผู้บริโภคไม่ชอบที่จะเสียเวลา หรือยุ่งยากในการประเมินและเปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ ก่อนทำการตัดสินใจ ประการที่ 3 ความแตกต่างระหว่างสินค้าส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จำเป็นต้อง

ไม่ได้ ประการสุดท้าย การตัดสินใจเป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก ความไม่เป็นจริง และบางครั้งไม่ตรงกับเป้าหมาย ทฤษฎีที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ ได้แก่

ทฤษฎีว่าด้วยจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic) ทฤษฎีว่าด้วยจิตวิเคราะห์เป็นทฤษฎีที่มาจากแนวความคิดของ Sigmund Freud ที่ว่า พฤติกรรมของคนเรานั้นเป็นพฤติกรรมที่เกิดมาจากจิตใต้สำนึกของบุคคล การวิจัยในเรื่องของการจูงใจ (motivation research) จึงเป็นรากฐานของทฤษฎีนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

(สุดาตวง เรื่องธุรกิจ, 2543, หน้า 79) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motives) จำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจขั้นพื้นฐานและแรงจูงใจขั้นเลือกเฟ้น (Primary and Selective Motives)

1.1 แรงจูงใจขั้นพื้นฐาน เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการในสินค้าและบริการนั้นโดยตรง และเป็นแรงจูงใจที่จะนำไปสู่การซื้อ

1.2 แรงจูงใจขั้นเลือกเฟ้น เป็นแรงจูงใจขั้นต่อเนื่องจากแรงจูงใจขั้นพื้นฐาน คือพยายามที่จะเลือกสินค้าที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับคน

2. แรงจูงใจทางอารมณ์และแรงจูงใจที่มีเหตุผล (Emotional and Economic Buying Motives) แรงจูงใจทางอารมณ์จะเกิดจากความรู้สึกของผู้ซื้อและผู้ซื้อจะไม่เสียเวลาในการพิจารณาไตร่ตรองว่าสมควรหรือไม่ ให้ผลคุ้มค่าหรือไม่ ตรงข้ามกับแรงจูงใจที่มีเหตุผล ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อได้ เมื่อผ่านการไตร่ตรองถึงผลได้เสียอย่างรอบคอบแล้ว

2.1 แรงจูงใจทางอารมณ์ แบ่งได้ดังนี้

- เพื่อสร้างความพอใจให้กับประสาทสัมผัส
- เพื่อดำรงรักษาเผ่าพันธุ์ของตนไว้
- ความกลัว
- การพักผ่อนและการบันเทิง
- ความภาคภูมิใจ
- การเป็นที่ยอมรับของสังคม
- ลักษณะของการแข่งขัน
- ความอยากรู้อยากเห็นหรือความตื่นเต้นลึกลับ
- ความคิดริเริ่ม

2.2 แรงจูงใจที่มีเหตุผล แบ่งได้ดังนี้

- ความสะดวก
- ประสิทธิภาพในการทำงานของตัวสินค้า

- สามารถใช้ประโยชน์ได้หลาย ๆ ทาง
- เป็นสินค้าที่มีบริการที่เชื่อถือได้
- เป็นสินค้าที่ซื้อแล้วก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น
- การซื้อสินค้าทำให้เกิดทรัพย์สินเพิ่ม
- ความคงทนถาวร
- ประหยัดในการใช้หรือการซื้อ

3. แรงจูงใจที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวในการซื้อสินค้า (Conscious and Subconscious Buying Motive) หมายความว่า ผู้บริโภคคิดว่าตนเองมีความต้องการในสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ผู้บริโภครู้สึกสนใจและนึกถึงอยู่เสมอ แต่ถ้าเป็นแรงจูงใจที่ไม่รู้ตัวในการซื้อสินค้า เป็นแรงจูงใจโดยที่ผู้บริโภคยังไม่ได้สนใจ ยังไม่ได้สังเกตเห็นแต่อย่างใดจำเป็นต้องมีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้ทราบ

4. แรงจูงใจอุปถัมภ์ (Patronage Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่กำหนดแหล่งของการซื้อ หมายถึง สาเหตุที่ผู้บริโภคพอใจที่จะเป็นลูกค้าประจำ มีสาเหตุเนื่องจาก ชื่อเสียงของผู้ขาย การบริการ สินค้ามีหลากหลาย ราคาสมเหตุสมผล ความเชื่อถือในช่องทางจำหน่าย สถานะที่ตั้งสะดวกสบายสำหรับผู้ซื้อ

ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

(มนัสสา จินต์จันทรวงศ์, 2549) กล่าวว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

1. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ราคา ชื่อเสียงบริษัท การสื่อสารการตลาด คำแนะนำจากคนรู้จักมัคคุเทศก์ กระแสนิยม ฤดูกาล ความแปลกใหม่ โปรแกรมการท่องเที่ยว วิทยากร ค่าอุปกรณ์ และวัย

2. ปัจจัยภายใน ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ

(สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2543, หน้า 84) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละคน มีทั้งปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้บริโภคเอง และปัจจัยที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

(เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 38) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มี 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยภายใน หรือเรียกว่า ตัวกำหนดพื้นฐาน ประกอบด้วย

- แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรง บังคับให้บุคคลค้นหาวิธีตอบสนองความพึงพอใจ
- บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาในระยะ

ยาว ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบหรือตอบหรือตอบสนอง (Reaction) ที่ไม่เหมือนกัน

- การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้

- การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกจัดองค์ประกอบและตีความข้อมูลเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมาย การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญมากในแง่การตลาดจนมีคำกล่าวที่ว่า 'สงครามการตลาดความจริงไม่ใช่สงครามสินค้าแต่เป็นสงครามการสร้างการรับรู้' ซึ่งหมายถึง การแข่งขันทางการตลาดไม่ได้แข่งขันกันเพียงทำให้สินค้าดีเท่านั้น แต่จะแข่งขันกันในการสร้างภาพพจน์ด้วย

- ทศนคติ (Attitude) คือ การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจความรู้สึกและทำที่ ความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค

- ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ความจำเป็นใช้สำหรับสิ่งที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงกว่าความจำเป็น ส่วนความปรารถนาเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด

2. ปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มีดังนี้

- สภาพเศรษฐกิจ (Economic) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค

- ครอบครัว (Family) ทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการ การตอบสนองความต้องการของร่างกายจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัว

- สังคม (Social Group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยม (Social Values) และความเชื่อถือ (Belief)

- วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรม ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว วัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ในสังคมให้การยอมรับ

- การติดต่อธุรกิจ (Business Contacts) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้า นั้น ๆ สินค้าใดที่ผู้บริโภคได้รู้จัก พบเห็นบ่อย ๆ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(ธิดารัตน์ คิริ, 2548) ได้วิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพเป็นนักศึกษา และอาศัยอยู่ที่กรุงเทพมหานคร เหตุผลในการเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพราะ คำชวนจากเพื่อนหรือญาติ ช่วงเวลาการเดินทาง ส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุด ปลายสัปดาห์ มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเลือกที่พักเป็นเต็นท์ที่ให้บริการ ณ จุดต่าง ๆ บนอุทยาน ระยะเวลาที่มาพัก 1 คืน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการมาเที่ยว โดยบุคคลที่ร่วมท่องเที่ยวด้วย เป็นกลุ่มคนเฉพาะครอบครัว

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านความสวยงามสงบ และเป็นธรรมชาติ

3. เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เปรียบเทียบกับตัวแปรอิสระ ในภาพรวม พบว่า เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และที่อยู่อาศัย ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสถานภาพ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า เพศ มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุ มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพ มีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านที่พักแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่พักแรม และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายได้ มีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อาชีพ มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านที่พักแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(สุรชัย เฟ็งสะเกะ, 2548) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐาน

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐาน

3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐาน

4. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐาน

5. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐาน

6. การตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐาน

7. ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

(ธีระวิทย์ พรายแถม, 2545) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยไม่ใช้บริการทัวร์ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยประมาณ 4-7 วัน และนิยมพักในโรงแรมมากที่สุด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ค่าใช้จ่ายทางด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทัวร์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และของที่

ระลึก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสถานบันเทิง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับค่าใช้จ่ายทางด้านอาหาร และเครื่องดื่มมีราคาถูก

ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม ความเป็นมิตรของผู้คน วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น โบราณสถาน และสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ และอากาศที่ปราศจากมลพิษ ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหามลพิษทางน้ำ และทางอากาศ และการเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุง ได้แก่ ปัญหาการจราจรที่ติดขัด กับสภาพถนนที่แคบ ปัญหามลพิษทางอากาศ และน้ำ ปรับปรุงด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาด้านความสะดวกของโบราณสถานที่เก่าแก่ ตลาดสด อาหาร และไนท์บาร์ชก ปัญหาทางเดินเท้า และปัญหาสิทธิสตรีมิให้มาขายบริการทางเพศ

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประทับใจ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ทิวป่า น้ำพุร้อน อนุสาวรีย์ วัด งานแสดงวัฒนธรรม และงานประเพณีทางเหนือ

(รัญญา เทพวัลย์, 2545) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยสาเหตุในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยตุง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวโดยตุงนั้นเนื่องจากโดยตุงมีปัจจัยทางกายภาพที่พร้อม มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีความร่มรื่น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานอันได้แก่ ถนนหนทางที่กว้างขวาง มีน้ำ ไฟฟ้า สาธารณูปโภคพร้อม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย

(ฉันทิช วรรณถนอม, 2544) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อน และพบว่า ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ในลำดับมาก คือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

(สุชาดา นิมหิรัญวงษ์, 2544) วิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ" ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ในระดับปานกลาง มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในระดับน้อย

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยว

(กัลยา สมมาตย์, 2541) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.6 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพเป็นโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 35,000 บาท อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน/พักผ่อน ใช้เวลาพำนัก เฉลี่ย 1-2 คืน ในการมาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง 500-1,499 บาทต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากต่ำกว่า 500 บาท การเดินทางมักไปด้วยตนเอง หรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ในการมาเที่ยว จะพักแรมที่บังกะโล รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร และส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวเพชรบุรีแล้วประทับใจ จึงกลับมาเที่ยวอีก

3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมา คือ การคมนาคมขนส่ง

4. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

(ไพศาล รุ่งรัชชัย, 2541) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัย ห้องพัก การเดินทางไปมาสะดวก ที่จอดรถสะดวกสบาย พนักงานต้อนรับ

ราคาห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา ชื่อเสียงของโรงแรม ห้องอาหาร พนักงานขายของโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

(เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ, 2538) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวมีองค์ประกอบอยู่ 3 องค์ประกอบ ที่ตอบสนองความต้องการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือ

1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อผ่านคลายทางกายภาพหรือทางร่างกาย
2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของกลุ่มต่าง ๆ
3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศชื่อเสียง

(ณทัย กุลททา, 2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ซึ่งประชากรเหล่านี้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากคนรู้จัก และจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ทั้งนี้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประชากร ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดรองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีบรรยากาศ และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านการให้บริการ ต้องรวดเร็ว พนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลิกภาพ อัจฉริยะ และมนุษยสัมพันธ์ดี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องสะดวกรวดเร็วในเรื่องของการเดินทาง ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถให้ความคุ้มครอง และรักษาความปลอดภัยได้ ด้านราคาที่พักแรมต้องเหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ในด้านปัญหาที่พบด้านการให้บริการ คือ การให้บริการที่ล่าช้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ด้านราคา ในเรื่องค่าที่พักแรม ซึ่งมีราคาแพงเกินความเป็นจริง ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว คือ ไม่มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ด้านพนักงานให้บริการ คือ บุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์ไม่ดีด้านส่งเสริมการตลาด คือไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้

สรุปการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ประเด็นปัญหาในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ แบ่งเป็น 2 ด้านคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติ สำหรับปัจจัยภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งกระตุ้น การเมือง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ โดยกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านระยะเวลา และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (ธีระวิทย์ พรายแย้ม, 2545) (วรัญญา เทพวัลย์, 2545) (ฉันทิช วรรณถนอม, 2544) (สุชาดา นิมหิรัญวงษ์, 2544) (กัลยา สมมาตย์, 2541)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจากเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และการหาคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยในปี พ.ศ. 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 582,661 ในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 625,674 และในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 629,317 ผู้วิจัยได้คำนวณค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ พ.ศ. 2547-2549 เพื่อนำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 โดยใช้สูตร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548, หน้า 49) ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ \text{เมื่อ} \quad n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย} \\ e &= \text{ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{612551}{1+615551(0.05)^2} \\ &= 399.74 \end{aligned}$$

จากการคำนวณปรากฏว่าต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 399.74 ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัย จึงสุ่มตัวอย่างไว้ 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 8 แห่ง ดังนี้ วัดท่าก่าร้อง วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล ท่าเรือวัดพนัญเชิง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ร้านอาหารคุ้มกรุงศรี ร้านอาหารซุ้มป่าสัก สถานีรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หลังจากได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการจัดทำเครื่องมือในการวิจัยเป็นลำดับถัดไป

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย จึงใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ (สุวริย์ ศิริโกภาภิรมย์, 2540, หน้า 72) โดยกำหนดความมากน้อยของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ **มากที่สุด**

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ **มาก**

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ **ปานกลาง**

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ **น้อย**

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ **น้อยที่สุด**

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบข้อคำถามแบบเปิด (Open Ended Question)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และวิธีการสร้างเครื่องมือประเภทแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทานแก้ไข
4. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผล เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 ท่าน พิจารณาการสอบถามและลงความเห็น และนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (item - objective congruence index: IOC)
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไข
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรที่จะศึกษาแต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้ง 30 ชุด เท่ากับ 0.9617
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.7 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ความเห็นชอบและนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Method) จากนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยกำหนดวัน เวลา ที่จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 25-29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 รวมระยะเวลา 5 วัน และมีผู้ร่วมแจกแบบสอบถามอีก 8 คน
2. ผู้วิจัยแนะนำตัวต่อกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือตอบแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องเมื่อรับแบบสอบถามคืนมา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอนคือ หลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกหุ้ส่งไปในเครื่องคอมพิวเตอร์ และเขียนโปรแกรมสั่งงาน โดยใช้สถิติ

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
3. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปรผลข้อมูลจากสูตรดังนี้

$$\text{สูตร} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{คะแนนสูงสุด}}$$

$$\begin{aligned} \text{จะได้} &= \frac{5 - 4}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แปลความว่า	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แปลความว่า	มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แปลความว่า	มีความสำคัญมากที่สุด

4. แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น นอกเหนือจากแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 และ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency)

5. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประเภทการที่เคยมักท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยมักท่องเที่ยวทางน้ำ ใช้การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test

6. นำผลจากการประมวลผลวิเคราะห์ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาในตัวแปรต่าง ๆ การหาจำนวนร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติ t-test และ One – Way ANOVA

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบตาราง และข้อความประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 5 ข้อดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

5. ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนา

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์เป็นผลของการวิจัย ดังจะได้นำเสนอเป็นลำดับต่อไปนี้

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละ

	ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 1 ครั้ง		55	13.80
2. 1 – 2 ครั้ง		126	31.50
3. 3 – 4 ครั้ง		116	29.00
4. 5 ครั้งขึ้นไป		103	25.80
	รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละ 3 – 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.00 และน้อยที่สุดเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม

วัตถุประสงค์เพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	49	12.20
2. ไม่ใช่	351	87.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม คิดเป็นร้อยละ 12.20 และไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่ออบรม / สัมมนา / ประชุม คิดเป็นร้อยละ 87.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ ปรากฏผลดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ

	วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		41	10.30
2. ไม่ใช่		359	89.80
	รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.30 และไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อติดต่อราชการ / ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 89.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรมปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม

	วัตถุประสงค์เพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		261	65.30
2. ไม่ใช่		139	34.80
	รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม คิดเป็นร้อยละ 65.30 และ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้พระ / ปฏิบัติธรรมคิดเป็นร้อยละ 34.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน ปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน

	วัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		70	17.50
2. ไม่ใช่		330	82.50
	รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 82.50 และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.50

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	137	34.30
2. ไม่ใช่	263	65.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 34.30 และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 65.80

**พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อกีฬา / บันเทิง**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อกีฬา / บันเทิง ปรากฏผล
ดังตาราง 8

**ตาราง 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ
แบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อกีฬา / บันเทิง**

	วัตถุประสงค์เพื่อกีฬา / บันเทิง	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		22	5.50
2. ไม่ใช่		378	94.50
	รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยาเพื่อกีฬา / บันเทิง คิดเป็นร้อยละ 5.50 และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อกีฬา / บันเทิง
คิดเป็นร้อยละ 94.50

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปรากฏผลดังตาราง 9

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	จำนวน	ร้อยละ
1. เดินทางมาเอง	300	75.00
2. ซื้อโปรแกรมทัวร์กับบริษัทนำเที่ยว	24	6.00
3. ซื้อโปรแกรมทัวร์กับ ชสมก.	30	7.50
4. มากับหมู่คณะ(คณะกฐิน ผ้าป่า หรืออื่น ๆ)	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ มากับหมู่คณะ คิดเป็นร้อยละ 10.50 และน้อยที่สุดคือซื้อโปรแกรมทัวร์กับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 6.00

**พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมา
ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาคนเดียว**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้
ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาคนเดียว

ปรากฏผลดังตาราง 10

**ตาราง 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบ
แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาคนเดียว**

การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมาคนเดียว	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	29	7.30
2. ไม่ใช่	371	92.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 7.30 และไม่ได้เดินทางมาคนเดียวคิดเป็น
ร้อยละ 92.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับคู่รัก (แฟน)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับคู่รัก (แฟน) ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับคู่รัก (แฟน)

การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมากับคู่รัก(แฟน)	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	74	18.5
2. ไม่ใช่	326	81.5
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับคู่รัก (แฟน)คิดเป็นร้อยละ 18.50 และไม่ได้เดินทางมากับคู่รัก (แฟน) คิดเป็นร้อยละ 81.50

พฤติกรรมกาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน

	การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อน	
	ร่วมงาน	จำนวน ร้อยละ
1. ใช่	189	47.30
2. ไม่ใช่	211	52.80
	รวม	400 100.00

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 47.30 และไม่ได้เดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 52.80

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ

การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	172	43.00
2. ไม่ใช่	228	57.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับครอบครัว / ญาติ คิดเป็นร้อยละ 43.00 และไม่ได้เดินทางมากับครอบครัว / ญาติคิดเป็นร้อยละ 57.00

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับลูกค้าปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับลูกค้า

การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมากับลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	16	4.00
2. ไม่ใช่	384	96.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมากับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.00 และไม่ได้เดินทางมากับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 96.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ

	เคยเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. เคย		233	58.30
2. ไม่เคย		167	41.80
	รวม	400	100.00

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 58.30 และ ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 41.80

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือล่องเรือชมทิวทัศน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือล่องเรือชมทิวทัศน์ ปรากฏผลดังตาราง 16

ตาราง 16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือล่องเรือชมทิวทัศน์

	เคยล่องเรือชมทิวทัศน์มาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		147	36.80
2. ไม่ใช่		253	63.30
	รวม	400	100.00

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยล่องเรือชมทิวทัศน์มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 63.30 และไม่เคยล่องเรือชมทิวทัศน์มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 36.80

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือรับประทานอาหารบนเรือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือรับประทานอาหารบนเรือ ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือรับประทานอาหารบนเรือ

	เคยรับประทานอาหารบนเรือมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		89	22.30
2. ไม่ใช่		311	77.80
	รวม	400	100.00

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารบนเรือมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และไม่เคยรับประทานอาหารบนเรือมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 77.80

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือกิจกรรมสันทนาการบนเรือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือกิจกรรมสันทนาการบนเรือ ปรากฏผลดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือกิจกรรมสันทนาการบนเรือ

เคยทำกิจกรรมสันทนาการบนเรือมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่	49	12.30
2. ไม่ใช่	351	87.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมสันทนาการบนเรือมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 12.30 และไม่เคยร่วมกิจกรรมสันทนาการบนเรือ คิดเป็นร้อยละ 87.80

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือว่ายนํ้า - ดำนํ้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือว่ายนํ้า - ดำนํ้า ปรากฏผลดังตาราง 19

ตาราง 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่เคยท่องเที่ยวมาก่อนคือว่ายนํ้า - ดำนํ้า

	เคยว่ายนํ้า - ดำนํ้ามาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช่		44	11.00
2. ไม่ใช่		356	89.00
	รวม	400	100.00

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยว่ายนํ้า - ดำนํ้ามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และไม่เคยว่ายนํ้า - ดำนํ้า คิดเป็นร้อยละ 89.00

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาท่องเที่ยวทางน้ำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาท่องเที่ยวทางน้ำ ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาท่องเที่ยวทางน้ำ

ช่วงเวลาท่องเที่ยวทางน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
1. วันจันทร์ – วันศุกร์	27	11.70
2. วันเสาร์ - วันอาทิตย์	104	45.00
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	37	16.00
4. วันหยุดพักร้อน	31	13.40
5. วันหยุดของบริษัทหรือที่ทำงาน	32	13.90
*ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ	169	-
รวม	400	100.00

"หมายเหตุ" ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ เนื่องจากไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อน

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ท่องเที่ยวทางน้ำในช่วง วันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 16 และวันจันทร์ - วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 11.70

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ท่านเคยท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. เคย	304	76.00
2. ไม่เคย	96	24.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 76.00 และไม่เคยท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 24.00

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวว่าเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวว่าเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวว่าเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ท่านเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	132	43.56
ไม่เคย	172	56.44
*ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ	96	-
รวม	400	100.00

"หมายเหตุ" ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ เนื่องจากไม่เคยท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 43.56 และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 56.44

**พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนการท่องเที่ยว
ทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ
จำนวนการท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลดังตาราง 23

**ตาราง 23 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ
แบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนการท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ท่านท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้เป็นครั้งที่	จำนวน	ร้อยละ
2 ครั้ง	72	54.54
3 ครั้ง	22	16.67
4 ครั้ง	35	26.52
5 ครั้ง ขึ้นไป	3	2.27
*ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ	268	-
รวม	400	100.00

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยาครั้งนี้เป็นครั้งที่ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.54 รองลงมาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยาครั้งนี้เป็นครั้งที่ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.52 และน้อยที่สุดท่องเที่ยวทางน้ำที่
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้เป็นครั้งที่ 5 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.27

**พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการ
ท่องเที่ยวทางน้ำของพระนครศรีอยุธยาที่ประทับใจที่สุด**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ
กิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำของพระนครศรีอยุธยาที่ประทับใจที่สุด ปรากฏผลดังตาราง
24

**ตาราง 24 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของผู้ตอบ
แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำของ
พระนครศรีอยุธยาที่ประทับใจที่สุด**

ด้านกิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำของพระนครศรีอยุธยาที่ ประทับใจที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ล่องเรือชมทิวทัศน์	80	60.61
รับประทานอาหารบนเรือ	37	28.03
กิจกรรมสันทนาการบนเรือ	15	11.36
*ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ	268	-
รวม	400	100.00

"หมายเหตุ" ข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ เนื่องจากไม่เคยท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประทับใจในการล่องเรือชมทิวทัศน์
คิดเป็นร้อยละ 60.61 รองลงมาคือ รับประทานอาหารบนเรือ คิดเป็นร้อยละ 28.03 และกิจกรรม
สันทนาการบนเรือ คิดเป็นร้อยละ 11.36

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมีโอกาสที่จะมาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมีโอกาสที่จะมาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมีโอกาสที่จะมาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

หากมีโอกาสมาพระนครศรีอยุธยาอีกท่าน จะท่องเที่ยวทางน้ำหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจ	345	86.30
ไม่ตัดสินใจ	55	13.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 25 พบว่า หากมีโอกาสมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 86.30 และไม่ตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำ คิดเป็นร้อยละ 13.80

**พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการแนะนำผู้อื่นให้มา
ท่องเที่ยวทางน้ำที่พระนครศรีอยุธยา**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่พระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลดังตาราง 26

**ตาราง 26 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบ
แบบสอบถามเกี่ยวกับการแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่พระนครศรีอยุธยาหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	375	93.80
ไม่แนะนำ	25	6.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่พระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 93.80 และไม่แนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่พระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 6.30

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยวิเคราะห์ปัจจัยโดยรวมทั้งหมด และวิเคราะห์เป็นรายด้านได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านระยะเวลา และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย รวมทั้งวิเคราะห์ เป็นรายข้อลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ มีจำนวน 22 ข้อ ดังนี้

1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ
2. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต
3. ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อแผ่ของชุมชนในท้องถิ่น
4. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
5. แหล่งที่ซื้อสินค้าที่ระลึก
6. ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว
7. ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
8. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย
9. แผ่นพับ ใบปลิว
10. หนังสือพิมพ์
11. วิทยู
12. โทรทัศน์
13. การบอกต่อจากคนรู้จัก
14. อินเทอร์เน็ต
15. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
16. ระยะทางในการเดินทางจากภูมิลำเนา
17. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำ
18. จำนวนวัน/เวลา ที่ใช้ในการท่องเที่ยว
19. ความสะดวกสบายด้านที่พัก
20. ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน

21. ความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก
22. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แปลความว่า	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แปลความว่า	มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แปลความว่า	มีความสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแสดงเป็นภาพรวมปรากฏผลดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	\bar{x}	SD
ปัจจัยโดยรวม	3.75	0.72
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว	4.09	0.65
- โบราณสถาน โบราณวัตถุ	4.49	0.76
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	4.18	0.82
- ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อแก่ผู้มาเยือน	3.91	0.89
- แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	4.10	0.88
- แหล่งที่ซื้อสินค้าที่ระลึก	3.80	0.95
- ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.22	0.87
- ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.94
- กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.97	0.97

ตาราง 27 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	\bar{x}	SD
ปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.48	0.96
- แผ่นพับ ใบปลิว	3.38	1.21
- หนังสือพิมพ์	3.33	1.22
- วิทยุ	3.27	1.14
- โทรทัศน์	3.64	1.17
- การบอกต่อจากคนรู้จัก	3.78	1.13
- อินเทอร์เน็ต	3.45	1.20
- ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.49	1.14
ปัจจัยด้านระยะเวลา	3.62	0.95
- ระยะทางในการเดินทางจากภูมิลำเนา	3.72	1.05
- ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำ	3.54	1.08
- จำนวนวัน/เวลา ที่ใช้ในการท่องเที่ยว	3.63	1.11
ปัจจัยด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	3.83	0.89
- ความสะดวกสบายด้านที่พัก	3.74	0.99
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน	3.83	0.98
- ความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก	3.91	0.98
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทาง	3.85	1.02
ท่องเที่ยวทางน้ำ		

จากตาราง 27 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.75 หากพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.09 ปัจจัยด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.48 ปัจจัยด้านระยะเวลา มีความสำคัญอยู่ใน

ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.62 และปัจจัยด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 3.83 หากพิจารณาเป็นรายข้อ

โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย เป็นดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่

1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ $\bar{X} = 4.49$
2. ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 4.22$

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่

1. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต $\bar{X} = 4.18$
2. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ $\bar{X} = 4.10$
3. ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว $\bar{X} = 4.05$
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย $\bar{X} = 3.97$
5. ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของชุมชนในท้องถิ่น $\bar{X} = 3.91$
6. ความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก $\bar{X} = 3.91$
7. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ $\bar{X} = 3.85$
8. ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน $\bar{X} = 3.83$
9. แหล่งที่ซื้อสินค้าที่ระลึก $\bar{X} = 3.83$
10. การบอกต่อจากคนรู้จัก $\bar{X} = 3.78$
11. ความสะดวกสบายด้านที่พัก $\bar{X} = 3.74$
12. ระยะเวลาในการเดินทางจากภูมิลำเนา $\bar{X} = 3.72$
13. โทรศัพท์ $\bar{X} = 3.64$
14. จำนวนวัน/เวลา ที่ใช้ในการท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.63$
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำ $\bar{X} = 3.54$
16. ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ $\bar{X} = 3.49$
17. อินเทอร์เน็ต $\bar{X} = 3.45$

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางได้แก่

1. แผ่นพับใบปลิว $\bar{X} = 3.35$
2. หนังสือพิมพ์ $\bar{X} = 3.33$
3. วิทยุ $\bar{X} = 2.27$

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ และไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ ปรากฏดังตาราง 28

ตาราง 28 แสดงค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	t-value	p-value
ปัจจัยโดยรวม	1.514	0.131
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว	1.042	0.298
ปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	1.437	0.151
ปัจจัยด้านระยะเวลา	1.358	0.175
ปัจจัยด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	1.062	0.289

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านระยะเวลา และปัจจัยด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เป็นความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ควรปรับปรุงความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และห้องน้ำ	8
2. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้มากกว่าที่เป็นอยู่	9
3. ควรปรับปรุงถนน ป้ายบอกทาง และที่จอดรถ	3
4. ควรมีมัคคุเทศก์ หรือผู้บรรยาย ประจำตามสถานที่ท่องเที่ยว	2
5. ควรมีระบบรักษาความปลอดภัย ให้มากกว่านี้	2
6. ควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ วัฒนธรรมของชุมชน ให้มากกว่านี้	2
7. ควรมีมาตรฐานในการตั้งราคาสำหรับของฝากและสินค้าที่ระลึก	1
8. มีความต้องการให้ทางรัฐบาล และองค์กรที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน ให้มากกว่านี้	1
รวม	28

จากการประมวลผลข้อมูลการวิเคราะห์ และแสดงผลของการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำไปสรุปผลอภิปรายผลและนำเสนอข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป ในบทที่ 5

บทที่ 5

บทสรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ

สมมุติฐานงานวิจัย

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ประชากรของการวิจัย

คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ มีจำนวน 22 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบข้อความแบบเปิด (Open Ended Question)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือปรากฏว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9617 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Accidental Sampling) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจนครบจำนวนที่ได้กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test

นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมด ให้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows)

สรุปผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 1 – 2 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไหว้พระ ปฏิบัติธรรม โดยเดินทางมากับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ซึ่งส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อน

กิจกรรมหรือรูปแบบที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำมาก่อน คือ ล่องเรือชมทิวทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว แต่ไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเดินทางมาท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งที่ 2 กิจกรรม / รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ประทับใจ คือ การล่องเรือชมทิวทัศน์ และหากมีโอกาสมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกจะตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำ และจะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

2.1 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดสรุปได้ดังนี้

- ควรปรับปรุงความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และห้องน้ำ
- ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้มากกว่าที่เป็นอยู่
- ควรปรับปรุงถนน ป้ายบอกทาง และที่จอดรถ
- ควรมีมัคคุเทศก์ หรือผู้บรรยาย ประจำตามสถานที่ท่องเที่ยว
- ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยให้มากกว่านี้
- ควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ วัฒนธรรมของชุมชนให้มากกว่านี้
- ควรมีมาตรฐานในการตั้งราคาสำหรับของฝากและสินค้าที่ระลึก
- มีความต้องการให้ทางรัฐบาล และองค์กรที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนให้มากกว่านี้

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ ผลการวิจัยเป็นดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามประสบการณ์ที่เคยท่องเที่ยวทางน้ำและไม่เคยท่องเที่ยวทางน้ำ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านระยะเวลา และปัจจัยด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบข้อเท็จจริง ซึ่งควรนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สำคัญที่สุด คือ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กัลยา สมมาตย์, 2541) และ(จิตรรัตน์ คีรี, 2548) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกัน

2. ปัจจัยด้านระยะเวลา และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2544) ซึ่งวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
3. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(กัลยา สมมาตย์, 2541)
4. จากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กัลยา สมมาตย์, 2541) ซึ่งพบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน
5. สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีความแตกต่างกันอาจเป็นเพราะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนสถานจำนวนมากซึ่งผู้ที่มีอายุมากต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวของประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(สุชาติดา นิมหิรัญวงษ์, 2544)
6. จากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ (กัลยา สมมาตย์, 2541) แตกต่างกัน
7. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า ผู้มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มากกว่า ผู้มีอายุ 41-50 ปี เพราะผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ยังขาดข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่เพียงพอจึงต้องอาศัยปัจจัยด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มากกว่า
8. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านระยะเวลากับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า พนักงาน / ลูกจ้างส่วนราชการ เห็นว่าปัจจัยด้านระยะเวลามีผลต่อการตัดสินใจมากกว่า พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน และ นักเรียน / นักศึกษา
9. ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา พบว่า ผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เพราะผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีจะให้ความสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นองค์ความรู้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑน์ มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มุ่งเน้นสถานที่ท่องเที่ยวสนุกสนาน

10. ปัจจัยด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา พบว่า ผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีให้ความสำคัญใน ปัจจัยด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ตรี เพราะผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีจะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสาร เนื่องจากจะหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และหนังสือท่องเที่ยว

11. ปัจจัยด้านระยะเวลา กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา พบว่า ผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านระยะเวลา มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เพราะผู้มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับเวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด เกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลของการวิจัย

นักท่องเที่ยวเห็นควรให้มีการปรับปรุงความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และห้องน้ำ ถนนควรมีป้ายบอกทางสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีที่จอดรถที่เพียงพอ ด้านการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าปัจจุบัน และควรมีมัคคุเทศก์ หรือผู้บรรยายประจำตามสถานที่ท่องเที่ยว ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานเพื่อป้องกันทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน และจัดให้มีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัย เพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

2.1 ศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 ศึกษารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

2.3 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมุ่งเน้น การมีส่วนร่วมของชุมชน

2.4 ศึกษาด้านการตลาด การท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ

2.5 ศึกษาปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการท่องเที่ยวทางน้ำ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา สมมาตย์. (2541). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- จันทน์ วรรณถนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ณฤทัย กุลทา. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. ครั้งที่ 4**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิ.อินเตอร์ พรินท์.
- ธิดารัตน์ คีรี. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ ว.บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ธีระวิทย์ พรายแย้ม. (2545). **การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว**. เอกสารเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว**. ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ไพศาล รุ่งรัชชัย. (2541). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- วรัญญา เทพวัลย์. (2545). **ปัจจัยสาเหตุในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวโดยดอย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2534). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ครั้งที่ 3. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- สุชาดา นิมหิรัญวงษ์. (2544). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด. ครั้งที่ 9.** กรุงเทพฯ : พงพลเทรดดิ้ง.

สุรัชย์ เพ็งสะและ. (2548). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ**

ท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านระบบ INTERNET ในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์

บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี, ชลบุรี.

เสวี วงษ์มินทา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. ครั้งที่ 1.** กรุงเทพฯ:

ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิชา การค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study) ของการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

ข้อมูลที่ได้รับความสะดวกจากท่านมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และตรงกับความเป็นจริง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีจำนวน 5 หน้า

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ มีจำนวน 22 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบข้อคำถามแบบเปิด (Open Ended Question)

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

นายทรงวิทย์ เจริญกิจจนลาภ โทร.081-942-7599

นางธัญญลักษณ์ เรืองระวีวัฒน์ โทร. 086-317-4071

นางสาววรรรษา พรหมศิลป์ โทร. 089-900-1314

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงและกรอก
รายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัด.....

2. เพศ

2.1 ชาย

2.2 หญิง

3. อายุ

3.1 ไม่เกิน 20 ปี

3.2 21 – 30 ปี

3.3 31 – 40 ปี

3.4 41 – 50 ปี

3.5 ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

4. สถานภาพ

4.1 โสด

4.2 สมรส

4.3 หย่า

4.4 หม้าย

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

5.1 ไม่มีโอกาสเข้ารับการศึกษ

5.2 ประถมศึกษา

5.3 มัธยมศึกษาตอนต้น

5.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

5.5 ปวส. / อนุปริญญา

5.6 ปริญญาตรี

5.7 ปริญญาโท

5.8 ปริญญาเอก

6. อาชีพ

6.1 รับราชการ

6.2 พนักงาน/ลูกจ้างส่วนราชการ

6.3 พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ

6.4 พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน

6.5 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

6.6 พ่อบ้าน / แม่บ้าน / เกษียณ

6.7 นักเรียน / นักศึกษา

6.8 เกษตรกร

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

7.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

7.2 10,000 – 20,000 บาท

7.3 20,001 – 30,000 บาท

7.4 30,001 – 40,000 บาท

7.5 40,001 – 50,000 บาท

7.6 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงและกรอกรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

8. ท่านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละกี่ครั้ง (ท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกนอกภูมิลำเนา)

- 8.1 น้อยกว่า 1 ครั้ง (เช่น 2 ปี ต่อ 1 ครั้ง หรือ 3 ปี ต่อ 2 ครั้ง เป็นต้น)
 8.2 1-2 ครั้ง 8.3 3-4 ครั้ง 8.4 5 ครั้งขึ้นไป

9. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 9.1 อบรม / สัมมนา / ประชุม 9.2 ติดต่อราชการ / ธุรกิจ
 9.3 ไหว้พระ / ปฏิบัติธรรม 9.4 เยี่ยมญาติ / เพื่อน
 9.5 ศึกษาประวัติศาสตร์และชมโบราณสถาน 9.6 กีฬา / บันทึง

10. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างไร

- 10.1 เดินทางมาเอง 10.2 ซื้อโปรแกรมทัวร์ กับบริษัทนำเที่ยว
 10.3 ซื้อโปรแกรมทัวร์ กับ ชสมก 10.4 มากับหมู่คณะ (คณะกฐิน-ผ้าป่า หรืออื่นๆ)

11. ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านเดินทางมากับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 11.1 คนเดียว 11.2 คู่รัก (แฟน)
 11.3 เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน 11.4 ครอบครัว / ญาติ
 11.5 ลูกค้า

12. ท่านเคยท่องเที่ยวทางน้ำจากที่อื่นมาก่อนหรือไม่

- 12.1 เคย 12.2 ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 15.)

13. กิจกรรม/รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำที่ท่านเคยท่องเที่ยวมาก่อน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 13.1 ล่องเรือชมทิวทัศน์ 13.2 รับประทานอาหารบนเรือ
 13.3 กิจกรรมสันทนาการบนเรือ 13.4 ว่ายน้ำ-ดำน้ำ

14. โดยส่วนใหญ่ท่านท่องเที่ยวทางน้ำในช่วงใด

- 14.1 วันจันทร์ - วันศุกร์ 14.2 วันเสาร์ - อาทิตย์
 14.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์ 14.4 วันหยุดพักร้อน
 14.5 วันหยุดของบริษัทหรือที่ทำงาน

15. ท่านเคยท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก่อนหรือไม่
 15.1 เคย 15.2 ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 19.)
16. ท่านเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก่อนหรือไม่
 16.1 เคย 16.2 ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 19.)
17. ถ้าท่านเคยท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้เป็นครั้งที่เท่าไร
 17.1 2 ครั้ง 17.2 3 ครั้ง
 17.3 4 ครั้ง 17.3 5 ครั้ง ขึ้นไป
18. กิจกรรม/รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ท่านประทับใจที่สุด
 18.1 ล่องเรือชมทิวทัศน์ 18.2 รับประทานอาหารบนเรือ
 18.3 กิจกรรมสันทนาการบนเรือ
19. หากท่านมีโอกาสมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก ท่านจะตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำหรือไม่
 19.1 ตัดสินใจ 19.2 ไม่ตัดสินใจ
20. ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวทางน้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือไม่
 20.1 แนะนำ 20.2 ไม่แนะนำ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางน้ำของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างเพียงช่องใดช่องหนึ่งของแต่ละข้อดังต่อไปนี้

ปัจจัย	ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว					
21. โบราณสถาน โบราณวัตถุ					
22. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
23. ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของชุมชนในท้องถิ่น					
24. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ					
25. แหล่งที่ซื้อสินค้าที่ระลึก					
26. ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว					
27. ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
28. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
29. แผ่นพับ ใบปลิว					
30. หนังสือพิมพ์					
31. วิทยุ					
32. โทรทัศน์					
33. การบอกต่อจากคนรู้จัก					
34. อินเทอร์เน็ต					
35. ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์					
ด้านระยะเวลา					
36. ระยะเวลาในการเดินทางจากภูมิลำเนา					
37. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำ					
38. จำนวนวัน/เวลา ที่ใช้ในการท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย					
39. ความสะดวกสบายด้านที่พัก					
40. ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
41. ความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก					
42. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการ เดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนาม	ตำแหน่ง/สถานที่ทำงาน
1. นางณิตยา อ่วมพิทยา	ผู้อำนวยการ ททท. ภาคกลางเขต 6 สำนักงาน ททท. ภาคกลางเขต 6 เลขที่ 108/22 หมู่ 4 ถนนศรีสรรเพชญ์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000 โทรศัพท์ 0 3524 6076-7 โทรสาร 0 3524 6078
2. รองศาสตราจารย์วัฒนา สุนทรชัย	รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กว๊านน้ำไท เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2350-3500 โทรสาร 0-2350-3667
3. อาจารย์ ดร.ศานติ เล็กมณี	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 96 ถนนโรจนะ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000 โทรศัพท์ 0-3532-2076-9 โทรสาร 0-3524-2708
4. อาจารย์อาคม สระบัว	คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ ถ.19 หมู่ 3 ถนน.อุ้มทอง ตำบลท่าวาสุกรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โทร 0-3525-2392 โทรสาร 0-3525-2393

5. รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง
COO บริษัท ทูริสมิ เอเชีย จำกัด
511 ซอย 6 ถนนศรีอยุธยา
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0-2640-1777 โทรสาร 0-2642-7357
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จารุณี กมลขันติธร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เลขที่ 399 ถนน สามเสน แขวงวชิรพยาบาล
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0-2282-9009-15 โทรสาร 0-2281-0075
7. นาวาโทรัชตะ ผกาพุ่ม
หัวหน้าสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 2 สาขาอยุธยา
เลขที่ ก.23/1 ถนนอุทอง ตำบลหอรบตันไชย
อำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
โทรศัพท์ 0-3524-1733 โทรสาร 0-3524-1733
8. นายอเนก สีหามาตย์
ผู้อำนวยการสำนักศิลปากรที่ 3 พระนครศรีอยุธยา
ถนนอุทอง ตำบลประตู่ชัย
อำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
โทรศัพท์ 0-3524-2448 โทรสาร 0-3524-2448
9. นายศราวุธ สังข์วรรณะ
อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ศูนย์สุพรรณบุรี
เลขที่ 450 ถนนสุพรรณบุรี-ชัยนาท ตำบลย่านยาว
อำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130
โทรศัพท์ 0-3554-4301-3 โทรสาร 0-3554-299-300

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	ทรงวิทย์ เจริญกิจธนาภ
วัน เดือน ปี เกิด	12 ธันวาคม 2517
ที่อยู่ปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี 450 หมู่ 6 ถนนสุพรรณบุรี – ชัยนาท ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์วาสุกรี ถ. 19 หมู่ 3 ถนนอุทอง ตำบลท่าวาสุกรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์ ระดับ 7
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2543	บธ.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2539	บธ.บ. (การบัญชี) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ -- ชื่อสกุล	ธัญญลักษณ์ เรื่องระวีวัฒน์
วัน เดือน ปี เกิด	5 มิถุนายน 2497
ที่อยู่ปัจจุบัน	ตม 191 หมู่ 9 ตำบลหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
ที่ทำงานปัจจุบัน	โรงแรมอโยธยา ง 12 หมู่ 4 ตลาดเจ้าพรหม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	ผู้จัดการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2550	ศศ.บ. (โภชนาการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
พ.ศ. 2547	บธ.บ. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ - ชื่อสกุล	วรรษชา พรหมศิลป์
วัน เดือน ปี เกิด	2 สิงหาคม 2518
ที่อยู่ปัจจุบัน	20 หมู่ 1 ตำบลไผ่ล้อม อำเภอภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13140
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์วาสุกรี ถ. 19 หมู่ 3 ถนนอุ้มทอง ตำบลท่าวาสุกรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์พิเศษ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2540	บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม