



ความต้องการการบริการด้านมัลติเทสท์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

สำนักหอสมุดกลาง



โดย

นางสาวนารี ศิษย์ธานนท์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

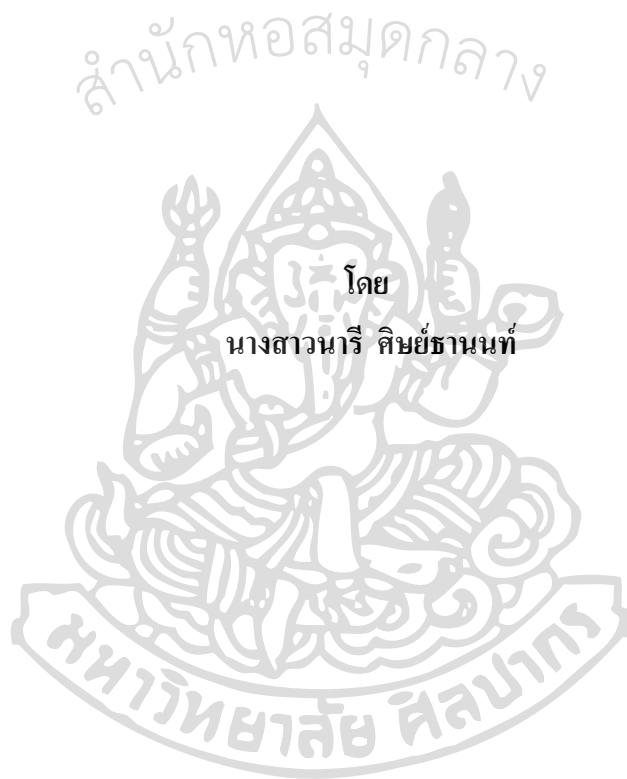
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

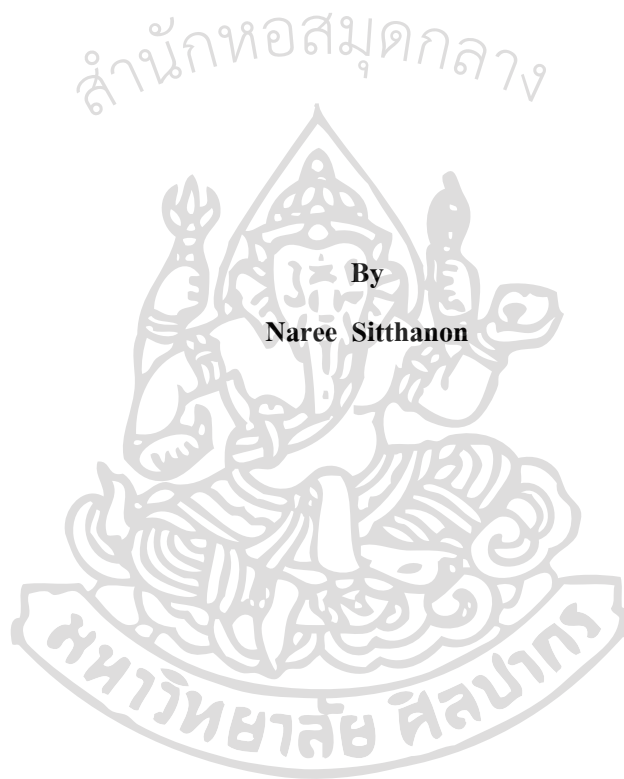
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความต้องการการบริการด้านมัลติเทคส์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE NEEDS OF TOUR GUIDE FOR THAI TOURIST IN TEMPLE OF
THE EMERALD BUDDHA**



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Program of Public and Private Management

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ความต้องการการบริการด้านมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม” เสนอโดย นางสาวนารี ศิษย์ชานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตน์วงษ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 13 เดือน เมษายน พ.ศ. 2555

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ช็อภักดี

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ)

20 / เมษายน / 2555

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.สวรรษา ชรรรมอภิพล)

20 / เมษายน / 2555

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ช็อภักดี)

20 / เมษายน / 2555

51601719 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ความต้องการการบริการข้อมูล

นารี ศิษย์ฐานนท์ : ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.ดวงเงิน
ชื่อักดี. 56 หน้า.

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการ
บริการด้านมัคคุเทศก์ (2) หาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านมัคคุเทศก์ อาศัยข้อมูล
จากเอกสารทางวิชาการและการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดว่า การมาท่องเที่ยวทำให้ทราบถึง
คุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์
และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งยังทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติเมื่อมา
ท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม รวมไปถึงทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตน
ศาสดาราม ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง ทำให้สามารถท่องเที่ยวได้ทั่วถึง และ ประหยัดเวลา
ในการท่องเที่ยว เกิดความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน
ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวคุ้มค่า
โดยแนวคิดทุกข้อตามที่กล่าวมานี้อยู่ในระดับมากที่สุด และเพื่อให้แนวคิดหรือความต้องการของ
นักท่องเที่ยวเป็นไปตามประสงค์ มัคคุเทศก์เองจำเป็นต้องช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้อย่าง
ทั่วถึง โดยไม่ละเลยสิ่งสำคัญใดๆ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว จำเป็นต้องนักท่องเที่ยวได้รับความรู้
และข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านความสำคัญ ประวัติความเป็นมา ลักษณะทาง
ศิลปกรรม ลักษณะภูมิประเทศ และข้อมูลอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้มัคคุเทศก์จำเป็นต้องช่วยลดความกังวลใจให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องการจัด
เวลาที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเดินทางและการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อป้องกันไม่ให้นัก
ท่องเที่ยวต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ด้วยตนเองในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ยิ่งไปกว่านั้น มัคคุเทศก์ต้องให้ความสำคัญในฐานะเป็นผู้นำในการอนุรักษ์ทรัพยากร
การท่องเที่ยวและให้ความสำคัญในฐานะเป็นผู้สร้างภาพพจน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยสิ่งสำคัญ
ประการหนึ่งคือ มัคคุเทศก์ต้องสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชนชาติ โดยพยายามอธิบาย หรือ
ชี้แจงให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความ
เป็นอยู่ของประชาชนในประเทศ หรือในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น

การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

51601719 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : THE NEEDS OF TOUR GUIDE FOR THAI TOURIST

NAREE SITTHANON : THE NEEDS OF TOUR GUIDE FOR THAI TOURIST
IN TEMPLE OF THE EMERALD BUDDHA. INDEPENDENT STUDY ADVISOR :
ASSOC. PROF. DUANG-NGERN SUEPHAKDEE, Ph.D. 56 pp.

This research paper is aimed to study (1) tourists' requirements on tour guides services and (2) to study their direct impact on the quality of service for tourist's tourism consumer behavior, and thus related to the travel agency's survival and development. Based on literature review and analysis of the problem to find solutions is beneficial to strengthen the tour guide personnel management, improve the service quality and promote the tour guide benign development, thus make health development of Thailand tourism industry.

The findings of this study was found that travelling to Temple of the Emerald Buddha of Thai tourists providing knowledge about history, leading aesthetics and being an important part of Thailand's economic growth. The tour guide can make contribution for Thailand's socialist modernization through their strength and wisdom, and become the new economic growth point, and satisfy the people's increasing needs of tourism. However, with the rapid development of tourism industry, the tour guide service quality hasn't created corresponding improvement and there are still many guide services problems. Guides is the closest contact with tourists, one of the posts, from travel agencies organize groups of Tourism consumption activities mainly through the guides of communication to achieve, the quality of their work directly affects the tourists consumer behavior, thus related to the travel agency's survival and development. Motivation is the work of tour guides through the sense of responsibility and motivation to work excited and strengthened, so that guides the work of raising the level of commitment, it should address the specific circumstances of different guides the adoption of different incentives. In order to ensure program objectives guide the activities of the embodiment, protect the legitimate rights and interests of tourists, it is necessary to establish and perfect tour guide service quality monitoring system, so that the static guide service standards could eventually translate into a substantial to improve the quality.

Factors affecting the quality of service guide are pluralistic; to improve the quality of services need to tour guides, travel agents, as well as the national tourism Administration departments to work together. In short, guides visitors to stand in position, and strive to improve the quality and capacity of their own, as much as possible to provide satisfactory service: agencies of the tour guides service quality should strengthen inspection, supervision and management, standardize the behavior of guided tours; the various functional departments in the cooperation and efforts of all parties to further regulate the tourism market, so that we will be able to guide the quality of service to be strengthened and improvement.

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์ ความกรุณา และความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชื้อภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ ในการศึกษาวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สวรรยา ชรรมอภิล และอาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ วิทยุโย ที่กรุณาตรวจสอบความถูกต้องให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นในแง่มุมที่แตกต่างที่ผู้ศึกษาได้มองข้ามไป จนทำให้เกิดมุมมองที่สามารถช่วยเติมเต็มให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณท่านเลขาธิการพระราชวังในการเอื้อเฟื้อข้อมูลด้านสถิตินักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามเพื่อนำมาประกอบในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ขอขอบคุณครอบครัวศิษย์ชานนท์ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ชาว UBC II ทุกคน รวมถึงเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนทุกคนที่ช่วยเหลือและเป็นแรงกระตุ้น จนทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณของบิดา-มารดา อาจารย์ผู้สอนคณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้คำสั่งสอนทั้งด้านวิชาการและด้านอื่นๆ แก่ผู้วิจัยจนสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
แนวคิดเกี่ยวกับมัคคุเทศก์.....	11
ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร.....	12
แรงจูงใจที่ผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว.....	17
ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ.....	20
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	32
รูปแบบการวิจัย	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้การบริการด้านมัคคุเทศก์.....	41
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม	42
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อคิดเห็นอื่นๆ.....	43
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	44
สรุปผลการศึกษา.....	44
อภิปรายผล	46
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	48
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก	51
ประวัติผู้วิจัย	56

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ เพื่อผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวัน หลีกหนีความจำเจเบื้อหน้าที่มีอยู่ ก่อให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์จากการได้พบได้เห็นในสิ่งที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันปกติ เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดสัมพันธที่ดีระหว่างมนุษยชาติ เกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรม ความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมือง เกิดการปรับประยุกต์ความเจริญต่าง ๆ มาใช้ในบ้านเมืองของตนให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน เกิดการหมุนเวียนในกระแสเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539 : 31)

การท่องเที่ยวไม่ว่าประเภทใดก็ตาม หากมีผู้นำทาง ผู้เชี่ยวชาญในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือเป็นที่เข้าใจโดยทั่วไปว่า “มัคคุเทศก์” นำเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง นอกจากนี้ยังได้รับการบริการด้านอื่น ๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนนทบุรี)

หากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีมัคคุเทศก์คอยให้บริการข้อมูล ก็จะทำให้การท่องเที่ยว น่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งแปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยทราบมาก่อน และหากการสื่อสารของมัคคุเทศก์มีเทคนิคและกระบวนการที่น่าสนใจก็จะยิ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวต้องการการบริการข้อมูลจากมัคคุเทศก์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เป็นเพียงการชื่นชมความงามของศิลปะ และสถาปัตยกรรมของสถานที่เพียงอย่างเดียว มีการรับบริการข้อมูลจากมัคคุเทศก์น้อย โดยเฉพาะที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ต้องการรับบริการข้อมูลจากมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงเพื่อชื่นชมความงามของสถาปัตยกรรม ถ่ายภาพ และสักการะพระแก้วมรกต นักท่องเที่ยวชาวไทยได้มองข้ามประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดารามไป ส่งผลให้มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่เป็นมัคคุเทศก์ที่นำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผู้ศึกษาเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม เพื่อให้ทราบว่าโดยแท้จริงแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการด้านมัคคุเทศก์เมื่อเข้าเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือไม่ หากพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการด้านมัคคุเทศก์ จะนำข้อมูลเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านมัคคุเทศก์
2. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านมัคคุเทศก์
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้บริการมัคคุเทศก์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม
2. สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับใช้ในการให้บริการข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านมัคคุเทศก์เพื่อเพิ่มคุณภาพด้านการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตของประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร

2. **ขอบเขตของเนื้อหา** เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยมุ่งศึกษาถึงแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำไปพัฒนาด้านการบริการมัคคุเทศก์ที่ให้บริการภายในวัดพระศรีรัตนศาสดารามให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

3. **ขอบเขตของสถานที่** วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร

4. **ขอบเขตของเวลา** ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนเดือนตุลาคม 2553 ถึง เดือนธันวาคม 2554 โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามในเดือนตุลาคม 2554 ระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี 3 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว)

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว)

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่คอยนำทางหรือนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หมายถึง วัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2325 เป็นวัดในพระบรมมหาราชวัง เรียกกันทั่วไปว่า วัดพระแก้ว ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

การให้บริการข้อมูล หมายถึง การที่มัคคุเทศก์ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

การสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารระหว่างมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

แรงจูงใจ หมายถึง เหตุผลในการที่นักท่องเที่ยวไทยเลือกมาท่องเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 2.2 ประเภทของการท่องเที่ยว
 - 2.3 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 2.4 ประเภทของนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับมัลคูลเทศก์
4. ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร
5. แรงจูงใจที่ผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว
6. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า วัดพระแก้ว นั้น พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อ พ.ศ. 2325 แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2327 เป็นวัดที่สร้างขึ้นในเขตพระบรมมหาราชวัง ตามแบบวัดพระศรีสรรเพชญ์ สมัยอยุธยา วัดนี้อยู่ในเขตพระราชฐานชั้นนอก ทางทิศตะวันออก มีพระระเบียงล้อมรอบเป็นบริเวณ เป็นวัดคู่กรุงที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ใช้เป็นที่บวชนาคหลวง และประมุขข้าทูลละอองพระบาทถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา

รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของไทย มาประดิษฐาน ณ ที่นี้ วัดพระศรีรัตนศาสดารามนี้ ภายหลังจากการสถาปนาแล้ว ก็ได้รับการปฏิสังขรณ์สืบต่อมาทุกรัชกาล เพราะเป็นวัดสำคัญ จึงมีการปฏิสังขรณ์ใหญ่ทุก 50 ปี คือในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระ

พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว และสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลปัจจุบัน

เนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 200 ปี ในปี พ.ศ. 2525 ที่ผ่านมา การบูรณปฏิสังขรณ์ที่ผ่านมามุ่งอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมอันเป็นมรดกชิ้นเอกของชาติ ให้คงความงามและรักษาคุณค่าของช่างศิลป์ไทยไว้อย่างดีที่สุด เพื่อให้วัดพระศรีรัตนศาสดารามนี้อยู่คู่กับกรุงรัตนโกสินทร์ตลอดไป

พระอุโบสถ

สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 เป็นพระอุโบสถขนาดใหญ่ หลังคาลด 4 ระดับ 3 ชั้น มีช่อฟ้า 3 ชั้น ปิดทองประดับกระจก ตัวพระอุโบสถมีระเบียงเดินได้โดยรอบ มีหลังคาเป็นพาไลคลุมรับด้วยเสานางรายปิดทองประดับกระจกทั้งด้าน พนักระเบียงรับเสานางราย ทำเป็นลูกฟักประดับด้วยกระเบื้องเคลือบสีอย่างจีน ตัวพระอุโบสถมีฐานปัทม์รับอีกชั้นหนึ่ง ประดับครุฑขนาดหล่อด้วยโลหะปิดทอง มีเสารายเทียนหล่อด้วยทองแดงล้อมรอบทั้งสี่ด้าน

ผนังพระอุโบสถ ในรัชกาลที่ 1 เขียนลายรดน้ำบนพื้นชาดแดง รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้ปั้นลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ปิดทองประดับกระจก เพื่อให้เข้ากับผนังมณฑป ปิดทองประดับกระจกบานพระทวารและพระบัญชรประดับมุกทั้งหมด ฝีมือช่างสมัยรัชกาลที่ 1 ที่เชิงบันไดมีสิงห์หล่อด้วยสำริดบันไดละคู่ รวม 12 ตัว โดยได้แบบมาจากเขมรคู่หนึ่ง แล้วหล่อเพิ่มอีก 10 ตัว

พระพุทธรูปมหาธรรมราชา

ภายในพระอุโบสถเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปมหาธรรมราชา (พระแก้วมรกต) พระพุทธรูปปางสมาธิ ทำด้วยมณีสีเขียวเนื้อเดียวกันทั้งองค์ หน้าตักกว้าง 48.3 เซ็นติเมตร สูงตั้งแต่ฐานถึงยอดพระเศียร 66 เซ็นติเมตร ประดิษฐานอยู่ในบุษบกทองคำ พระพุทธรูปมหาธรรมราชา พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก มีพระราชศรัทธาสร้างเครื่องทรงถวายเป็นพุทธรูปสำหรับฤดูร้อนและฤดูฝน

เครื่องทรงสำหรับฤดูร้อน เป็นเครื่องต้นประกอบด้วยมงกุฎพาทูรัต ทองกร พระสังวาล เป็นทองลงยา ประดับมณีต่าง ๆ จอมมงกุฎประดับด้วยเพชร

เครื่องทรงสำหรับฤดูฝน เป็นทองคำ เป็นกาบหุ้มองค์พระอย่างห่มดอง จำหลักลายที่เรียกว่าลายพุ่มข้าวบิณฑ์ พระเศียรใช้ทองคำเป็นกาบหุ้ม ตั้งแต่ไรพระศกถึงจอมเมาฬี เม็ดพระศกลงยาสีน้ำเงินแก่ พระลัทธิมีทำเวียนทักษิณาวรรต ประดับมณีและลงยาให้เข้ากับเม็ดพระศก

พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสร้างเครื่องฤดูหนาวถวายอีกชุดหนึ่ง ทำด้วยทองเป็นหลอดลงยาร้อยด้วยลวดทองเกลียว ทำให้ไหวได้ตลอดเหมือนกับผ้า ใช้คลุมทั้งสองพาหาขององค์พระบุษบกทองคำที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมหาธรรมราชา สร้างด้วยไม้สลักหุ้มทองคำ

ห้องค์ ฝั่งมณีมีค่าสีต่าง ๆ ทรวดทรงงดงามมาก เป็นฝีมือช่างรัชกาลที่ 1 เดิมบุษบกนี้ตั้งอยู่บนฐานชุกชี พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระเบญจาสามชั้นหุ้มด้วยทองคำ สลักลายวิจิตรหนูนองค์บุษบกให้สูงขึ้น บนฐานชุกชีด้านหน้า ประดิษฐานพระสัมพุทธพรรณี เป็นพระพุทธรูปที่คิดแบบขึ้นใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยไม่มีเมพี มีรัศมีอยู่กลางพระเศียร จีวรที่ห่มคลุมองค์พระเป็นริ้ว พระกรรมเป็นแบบหุมนุญษ์ธรรมคาโดยทั่วไป

หน้าฐานชุกชีประดิษฐานพระพุทธรูปปฏิมากรฉลองพระองค์รัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 องค์ด้านเหนือพระนามว่า พระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก องค์ด้านใต้พระนามว่า พระพุทธเลิศหล้านภาลัย พระพุทธรูปทั้งสองพระองค์นี้ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้น หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์สูง 3 เมตร ทรงเครื่องแบบจักรพรรดิหุ้มทองคำ เครื่องทรงเป็นทองคำลงยาสีประดับมณี (นำชมกรุงรัตนโกสินทร์ 2554)

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม สามารถสรุปได้ดังนี้ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือเรียกกันทั่วไปว่า วัดพระแก้ว เป็นวัดที่รัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เป็นวัดที่สร้างในเขตพระบรมมหาราชวังเป็นวัดคู่กรุงที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ใช้เป็นที่บวชนาคหลวง และประชุมข้าทูลละอองพระบาท ถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา โดยมีพระพุทธรูปมหาสมณรัตน์ปฏิมากรหรือพระแก้วมรกตประดิษฐานอยู่ ซึ่งมีความสวยงามมาก

ผู้ศึกษาได้นำความน่าสนใจของประวัติความเป็นมาดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดขอบเขตของสถานที่ ที่นำมาศึกษาถึงความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านที่ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ แมคคินทอช และ โกลเนอร์ ได้ให้คำนิยามของ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมา จากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำ ซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ (อ้างถึงใน วรรณาวงษ์วานิช 2539 : 7)

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึง “การท่องเที่ยว” ว่าเป็นลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เป็นสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540 : 3)

องค์กรการท่องเที่ยวโลกได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมการเดินทางของบุคคลไปพักอาศัยในสถานที่ที่อยู่นอกสิ่งแวดล้อมปกติในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ติดต่อกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้จากสถานที่ที่ไปเยือน (World Tourism Organization, 2002)

จากการศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง เดินทางจากอีกที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ที่มีค่าใช้จ่าย และต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ

2. ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก
2. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอ ลักษณะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของสังคม เพื่อให้ความรู้และความภาคภูมิใจ
3. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง บันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม
4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีหรือไม่มี การศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ (วรรณ วลัยวานิช 2539 : 74)

ซึ่งการท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจแบ่งระดับตามความต้องการการจัดการได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์รักษาทรัพยากรให้คงไว้ยาวนานที่สุด ครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการรักษาระบบนิเวศโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของกาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่ให้ความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้น ๆ

3. การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุม สัมมนา การติดต่อธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

4. การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม (Immorality Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งยังคงมีแอบแฝงอยู่ในทุกส่วน หรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่ เช่น การค้าบริการทางเพศ บ่อนการพนัน

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปประเภทของการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่รักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรวมถึงประเพณีวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกด้วย เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การปลูกป่า การศึกษาประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น ๆ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นด้านการศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมต่าง ๆ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว คำนึงถึงความบันเทิงของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

4. การท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา เป็นต้น

จากการศึกษาประเภทของการท่องเที่ยว ผู้ศึกษานำการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาประกอบการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความสำคัญด้านศิลปะ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อที่ผู้ศึกษาต้องการศึกษา คือ ความต้องการการบริการด้านข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

3. ความหมายของนักท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้คำจำกัดความของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ว่า คือบุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วย

ความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไป ประกอบอาชีพหรือหารายได้ (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2522 : 35)

ดุษฎี ชุมสาย ได้ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือ ผู้เยี่ยมชมเขื่อนชั่วคราวที่มาพักอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่เขามาเยี่ยมชม และมีเหตุจูงใจในการเยี่ยมชม คือ

1. การใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อน สุขภาพ การศึกษา การศาสนา และการกีฬา
2. การจัดดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว การปฏิบัติภาระกิจที่ได้รับมอบหมายและการกีฬา (ดุษฎี ชุมสาย 2518:48)

เบอการ์ด และ เมคค ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว คือผู้คนเดินทางสู่จุดหมายนอกภูมิลำเนา โดยตั้งใจจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวจำแนกได้หลายประเภทและหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางหรือเป็นการมาเยือน และ เกณฑ์อื่น ๆ

จากความหมายของนักท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่ใช้เวลาว่างเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตน ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป แต่ต้องมีบุคคลที่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

4. ประเภทของนักท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากความหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible - Product) เป็นธุรกิจที่ขายฝัน กล่าวคือ นอกจากค่าใช้จ่ายเล็กน้อย ๆ เป็นค่าสินค้าของที่ระลึกแล้ว นอกนั้นจะเป็นการซื้อประสบการณ์ (เสรี วังสัโไพจิตร 2534 : 32)

ดังนั้นจึงต้องพิจารณาประเภทนักท่องเที่ยวทั้งจากแง่มุมของประชากรศาสตร์ (Demographics) อันได้แก่ รายได้ อาชีพ เพศ ถิ่นที่อยู่ และแง่มุมทางจิตวิทยา (Psychographics) เป็นต้น

อย่างไรก็ตามตามแนวคิดของสแตนลีย์ ซี.พลีลอก ได้จำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยจิตวิทยา ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจแต่ปัญหาเล็ก ๆ ในชีวิตของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี

ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่ง
 ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) คือ นักท่องเที่ยว
 ประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลาง

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid-Centric) คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ไม่
 สุดโต่งไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ชอบผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラบเท่าที่ไม่เสี่ยง
 อันตรายจนเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มนี้

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) คือ
 นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) คือนักท่องเที่ยว
 ประเภทที่สนใจกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัย
 อย่างมากและเต็มใจออกไปเผชิญโลก เผชิญชีวิต การเดินทางกลายเป็นช่องทางที่พวกเขาได้แสดง
 ออกมาซึ่งความอยากรู้อยากเห็น และได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขาด้วย เป็นกลุ่มที่
 ชอบทดลองของใหม่ ๆ ทั้งที่พัก อาหาร การบันเทิง และผู้คนที่แตกต่างกันไปจากตนเอง ซึ่ง
 นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตนเองเป็นศูนย์กลางไม่อาจจะยอมรับได้ (Stanley 1974 : 55-58, อ้างถึงใน
 สมบัติ กาญจนกิจ 2544 : 62)

เสรี วังสีไพจิตร ได้แบ่งนักท่องเที่ยวนั้นเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign tourist หรือ International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่
 เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งนิยามที่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญทางสถิติของ
 สันนิบาตชาติได้ประชุมกันในปี พ.ศ. 2480 ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ผู้เดินทางไปเยือนประเทศ
 หนึ่งอันมิใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของตนและต้องพำนักในประเทศที่มาเยือนไม่น้อย
 กว่า 24 ชั่วโมงขึ้นไป

2. นักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวนั้นที่เดินทางในประเทศ
 ตนเอง ซึ่งคณะกรรมการทบทวนทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาได้พิมพ์นิยาม
 ของคำว่านักท่องเที่ยวในประเทศออกเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2516 คือ นักท่องเที่ยวผู้ที่เดินทางออกไป
 จากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจ และแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรม
 ส่วนตัวหรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทางไปทำงานไม่ว่าเขาจะพักค้างคืน หรือ
 เดินทางกลับในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม (เสรี วังสีไพจิตร 2534 : 17-22)

ผู้ศึกษาได้นำนักท่องเที่ยวในประเทศมาใช้ในการกำหนดขอบเขตของประชากร โดยให้นักท่องเที่ยวในประเทศหรือในการศึกษาค้นคว้านี้เรียกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ศึกษาถึงความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์

จากแนวความคิดของ สแตนลีย์ ซี.พล็อก ที่แบ่งนักท่องเที่ยวโดยอาศัยหลักจิตวิทยา ผู้ศึกษาได้นำนักท่องเที่ยวประเภทเน้นตนเองเป็นศูนย์กลางมาใช้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม เนื่องจากอาจมีนักท่องเที่ยวบางคน ที่ไม่ต้องการการบริการข้อมูลจากมัคคุเทศก์ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เพียงต้องการมาเที่ยวชม และเก็บภาพเป็นที่ระลึกเท่านั้น

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง ยังเป็นนักท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยอีกด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่อินดี้รับสิ่งใหม่ ๆ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางสายกลาง ไม่สุดโต่งไปด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งจะมีความยินดีในการที่จะให้ข้อมูลของมัคคุเทศก์

ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ ถือว่าเป็นตัวแปรอิสระที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

แนวคิดเกี่ยวกับมัคคุเทศก์

ความหมายและความสำคัญของมัคคุเทศก์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของมัคคุเทศก์ไว้ว่าหมายถึง ผู้นำทาง ผู้ชี้ทาง ผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Guide หรืออาจใช้คำประกอบให้ชัดเจนว่า Tourist Guide ก็ได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2529)

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้กำหนดนิยามของคำว่ามัคคุเทศก์ ไว้ว่าหมายถึง ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน (ปฐพี อากมานนท์ มอนซอน และคณะ 2535)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงความสำคัญของมัคคุเทศก์ไว้ว่ามีมัคคุเทศก์เป็นผู้มีความสำคัญในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าบุคลากรอื่น ๆ เนื่องจากเป็นผู้คอยอำนวยความสะดวก ตลอดจนคอยชี้แนะ อธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ ตามธรรมดา นักท่องเที่ยวย่อมเป็นคนแปลกหน้าในท้องถิ่น ไม่คุ้นเคยถึงสถานที่และผู้คน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ถ้าหากนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ตามลำพัง โดยไม่มีมัคคุเทศก์คอย

ช่วยเหลือ ย่อมเกิดความยากลำบากหรือได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่คุ้มกับเวลาและเงินทองที่เสียไป ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องการมัคคุเทศก์เป็นผู้นำทางให้ ยิ่งเป็นการเดินทางที่ต่างถิ่นมากเท่าใด ความจำเป็นในการต้องการมัคคุเทศก์ก็จะยิ่งมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2529)

จากการศึกษาแนวความคิดของมัคคุเทศก์ข้างต้น สามารถสรุปความหมายและความสำคัญของมัคคุเทศก์ได้ว่า เป็นผู้ที่คอยชี้แนะแนวทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นอย่างดี (ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่อยู่ในชุมชนนั้น ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลเป็นอย่างดี หรือที่เรียกว่ามัคคุเทศก์ท้องถิ่น) นอกจากนี้มัคคุเทศก์ยังเป็นผู้ดูแลนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและปลอดภัยตลอดการเดินทางท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะไม่คุ้นเคยกับสถานที่และวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงมีความสำคัญในการแนะนำสิ่งที่ดีควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว คอยดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง นอกจากนี้มัคคุเทศก์ควรมีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญของมัคคุเทศก์ จึงนำมาศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการด้านมัคคุเทศก์ เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นความสำคัญของการรับบริการข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามจากมัคคุเทศก์ ควบคู่กับการชมความงามของศิลปะ และสถาปัตยกรรมด้วย

ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย

1. ผู้ส่งข่าวสาร (Sender)
2. ข้อมูลข่าวสาร (Message)
3. สื่อในช่องทางการสื่อสาร (Media)
4. ผู้รับข่าวสาร (Receivers)
5. ความเข้าใจและการตอบสนอง

กระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร (Communication Process) โดยทั่วไปเริ่มต้นจากผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิดหรือข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เมื่อต้องการส่งข่าวไปยังผู้รับข่าวสาร ก็จะแปลงแนวความคิดหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็น ตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งเรียกว่าข่าวสาร (Message) จะได้รับการใส่รหัส (Encoding) แล้วส่งไปยังผู้รับข่าวสาร (Receivers) ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่าง ๆ หรืออาจจะถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับข่าวสาร โดยตรงก็ได้ ผู้รับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (Decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในรูปของความรู้ ความเข้าใจ การตอบรับ การปฏิเสธหรือการนิ่งเงียบก็เป็นได้ ทั้งนี้ข่าวสารที่ถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสาร อาจจะไม่ถึงผู้รับข่าวสารทั้งหมดก็เป็นได้ หรือข่าวสารอาจถูกบิดเบือนไปเพราะในกระบวนการสื่อสาร ย่อมมีโอกาสเกิดสิ่งรบกวน หรือตัวแทรกแซง (Noise or Interferes) ได้ ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

1. มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ
2. มีทักษะในการสื่อสาร
3. เป็นคนช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี
4. มีความซื่อตรง มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง
5. มีความคิดสุขุม รอบคอบ
6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
7. คิดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
8. มีความสามารถแยกแยะและจัดระเบียบข่าวสารต่าง ๆ
9. มีความสามารถในการเขียนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
10. มีศิลปะและเทคนิคการจูงใจคน
11. รู้ขั้นตอนการทำงาน
12. มีมนุษยสัมพันธ์ดี (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, ออนไลน์)

“การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร โดยมี วัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง”

ความสำคัญกับการสื่อความหมาย การสื่อสารจะเกิดมีประสิทธิภาพ เมื่อผู้ส่งและผู้รับมีประสบการณ์ร่วมกัน หากในส่วนของประสบการณ์ของผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น แต่หากขอบข่ายประสบการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำได้ยากลำบาก หรืออาจสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้รับส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเอง (Wilbur Schramm)

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังนี้



ภาพที่ 1 Model การสื่อสาร

ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูล สารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ข่าวสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความ เนื้อหาสารของสารและการจัดการก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

สื่อหรือช่องทางในการรับสาร คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัสและตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะเกิดมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสารและต่อตนเอง

ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการที่คนพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน ตลอดจนเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการต่าง ๆ ล้วนเกิดจากความพยายามอย่างสูงของคน ต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุ หากการสื่อสารไม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแล้ว เครื่องมือและวิธีการสำหรับการสื่อสารต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะไม่เกิดขึ้นและพัฒนามาให้เห็นดังเช่นในปัจจุบัน ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกันมากขึ้นเช่นปัจจุบัน

การสื่อสารก็ยังคงมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลและสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่เป็นสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้านคือ

1. ด้านชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวันหนึ่ง ๆ แต่ละคนจะต้องสื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่เวลาตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ออกจากบ้าน ไปปฏิบัติภารกิจประจำวัน ก็ต้องพบปะบุคคลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นเรื่องที่ต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ไม่ในฐานะผู้ส่งสารก็ในฐานะผู้รับสาร หากคนเราขาดความรู้หรือทักษะการสื่อสาร ก็อาจทำให้การปฏิบัติภารกิจประจำวันอาจบกพร่องได้

2. ด้านสังคม การรวมกลุ่มในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ จะต้องมีการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ มีกระบวนการทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์กติกาสังคม มีการถ่ายทอดความรู้และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. ด้านธุรกิจอุตสาหกรรม เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารติดต่อประสานงาน การฝึกอบรมพนักงาน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสาร ฯลฯ กิจการด้านธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องมีการสื่อสารที่ดี จึงจะประสบผลสำเร็จได้

4. ด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมืองการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล การสร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่าง ๆ การบังคับบัญชาสั่งการ การให้บริการประชาชน การชักชวนให้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมาย ซึ่งล้วนจะต้องใช้เทคนิควิธีการของการสื่อสารทั้งสิ้น ด้านการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งต้องมีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น การค้า การทหาร การทำสนธิสัญญา ฯลฯ การมีนักการทูต

ประจำในประเทศต่าง ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ มีความจำเป็นต้องใช้ การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ หากผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ ย่อม สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ (ข้อมูลจากคณะศึกษาศาสตร์ ภาควิชาเทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2554)

การสื่อความหมาย คือ การถ่ายโยงความคิดหรือความรู้สึกให้เห็นพ้องต้องกันของ บุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การพูดคุย กริยา ท่าทาง การแสดงสีหน้า ภาษาเขียน ภาษาภาพองค์ประกอบของการสื่อความหมาย

1. ผู้ส่ง อาจเป็นเพียง 1 คน หรือกลุ่มคนก็ได้ ซึ่งเป็นผู้นำเรื่องราวข่าวสาร เพื่อส่งไปยัง ผู้รับ โดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในการเข้ารหัสเพื่อให้ผู้รับเข้าใจ
2. สาร เนื้อหาของสารหรือสาระของเรื่องราวที่ส่งออกมา
3. สื่อหรือช่องทางในการนำสาร ได้แก่ ตัวกลางที่ช่วยถ่ายทอดเหตุการณ์ บทเรียนที่ผู้ส่ง ต้องการให้ไปถึงผู้รับ สื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดอาจเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษามือ และภาษากาย ก็ได้
4. ผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้รับข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้ส่ง
5. ผล ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารของผู้รับ ซึ่งผู้รับจะเข้าใจข่าวสารมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่ใช้ในสถานการณ์และทัศนคติของผู้รับในขณะนั้น
6. ข้อมูลย้อนกลับ ได้แก่ การแสดงกิริยาตอบสนองของผู้รับต่อข้อมูลข่าวสารให้ผู้ส่ง รับรู้

การสื่อความหมาย จำแนกเป็น 3 ลักษณะ

1. วิธีการของการสื่อความหมายจวนภาษา หมายถึง การสื่อความหมายโดยใช้ภาษา พูดอวจนภาษา หมายถึง การสื่อความหมายโดยใช้ภาษากาย ภาษาเขียน และภาษามือการเห็นหรือ การใช้สัญลักษณ์ หมายถึง การสื่อความหมายโดยใช้ภาษาภาพ
2. รูปแบบการสื่อความหมายการสื่อความหมายทางเดียว เช่น การสอน โดยใช้สื่อ ทางไกลระบบออนไลน์การสื่อความหมายสองทาง เช่น การคุย MSN การคุยโทรศัพท์ การเรียนการสอนในชั้นเรียน
3. ประเภทของการสื่อความหมายการสื่อความหมายในตนเอง เช่น การเขียน การ ค้นคว้า การอ่านหนังสือการสื่อความหมายระหว่างบุคคล เช่น การคุยโทรศัพท์ การคุย MSN การ สื่อความหมายกับกลุ่มชน เช่น ครูสอนนักเรียน การบรรยายของวิทยากรกับผู้เข้าอบรมการสื่อ ความหมายกับมวลชน เช่น การแถลงข่าวทางวิทยุ โทรทัศน์การเรียนรู้กับการสื่อความหมายความรู้

ความเข้าใจในทฤษฎีและหลักการของการสื่อความหมาย ที่ประกอบด้วยผู้ให้ความรู้ (ผู้ส่ง) เนื้อหาวิชา (สาร) ผู้เรียน (ผู้รับ) (นพรัตน์ ชำนาญสิงห์)

จากการศึกษาความหมายและองค์ประกอบการสื่อสาร สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลและบุคคล หรือ ระหว่างบุคคลและกลุ่ม โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

กระบวนการสื่อสารถือเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อมัคคุเทศก์ในฐานะผู้ส่งสารและนักท่องเที่ยวในฐานะผู้รับสาร เนื่องจากการรับบริการข้อมูลจากมัคคุเทศก์ในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลที่น่าสนใจ ถูกต้อง และเป็นจริง ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลเหล่านั้น มัคคุเทศก์ควรมีการศึกษาข้อมูลและมีความเชี่ยวชาญในข้อมูลนั้น ๆ พอสมควร นอกจากนี้ มัคคุเทศก์ควรมีการสื่อสารที่มีความน่าสนใจ โดยการปรับวิธีการสื่อสารให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในข้อมูลที่มีมัคคุเทศก์ต้องการจะบอกเล่า ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงส่งผลต่อการเลือกใช้บริการด้านมัคคุเทศก์ในครั้งต่อไปด้วย หากมัคคุเทศก์มีการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ไม่สามารถให้ข้อมูลที่น่าสนใจ ถูกต้อง และเป็นจริงแก่นักท่องเที่ยว ก็จะสร้างความไม่น่าเชื่อถือแก่ตัวมัคคุเทศก์เอง ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไม่รับบริการด้านมัคคุเทศก์

แรงจูงใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

แรงจูงใจพื้นฐาน 3 ประการ ที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ

1. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่จะชดเชยเวลาที่สูญเสียไปจากการทำงาน
2. ความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน

ก่อน

3. ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่น ๆ จากการที่ได้เดินทางท่องเที่ยว (Burke and Resnick, 1991 : 117)

วอร์เทอร์ (Walters 1978 : 2, อ้างถึงใน สมกมล พวงพรหม 2546) ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย

แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 10 ประการดังนี้

1. แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การศึกษามากมายชี้ว่า ความสนุกสนานในบริเวณที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมของโลก หรือแหล่งวัฒนธรรมทางธรรมชาติจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมากขึ้น
2. แรงจูงใจที่จะพบกับคนในท้องถิ่น ความปรารถนาที่จะไปพบปะผู้คนในท้องถิ่นเป็นแรงขับในตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อย ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมถึงมหาวิทยาลัย ซึ่งตลาดของเยาวชนจะให้ความสำคัญถึงแนวโน้มทางด้านนี้มากขึ้น
3. แรงจูงใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของเจ้าของประเทศที่ตนเองไปเที่ยว ไปสังเกตว่าวัฒนธรรมอื่นมีลักษณะอย่างไร ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชีย โดยเฉพาะที่มาจากประเทศจีน และเกาหลีจะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับการเปิดโลกต่อวัฒนธรรมนานาชาติน้อยกว่าชาติอื่น
4. แรงจูงใจที่จะทำให้ชีวิตครอบครัวดีขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเวลาที่จะทำให้ได้อยู่ด้วยกันได้อย่างดี แนวโน้มเห็นได้ชัดเจนจากการไปเที่ยวในสวนสนุก สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับตัวเมือง รีสอร์ทบางระดับที่มีกิจกรรมให้กับครอบครัวทั้งครอบครัว
5. แรงจูงใจที่จะพักผ่อน หรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน
6. แรงจูงใจที่จะไปสถานที่ที่มีความสนใจเป็นพิเศษ หรือต้องการใช้ทักษะพิเศษ คือ นักท่องเที่ยวจะสนใจในงานอดิเรกบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การดำน้ำด้วยเครื่องส쿠บา
7. แรงจูงใจที่จะเป็นคนที่มีความสุขดี สมบูรณ์ แรงจูงใจนี้จะเห็นได้ชัดเจนจากนักวิเคราะห์ชาวยุโรป ที่กล่าวว่าแรงจูงใจด้านนี้สามารถนำไปปรับปรุงระดับความสมบูรณ์ของร่างกาย สามารถทำให้ได้รับประทานอาหารแปลก ๆ ได้ไปเที่ยวยังแหล่งน้ำพุร้อน ศูนย์สุขภาพ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในบริเวณที่ไม่มีมลพิษ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้กำลังเป็นแนวโน้มของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
8. แรงจูงใจสำหรับปกป้องตนเอง และความปลอดภัย ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งมีความสำคัญมาก การคุกคามด้านสุขภาพ ด้านอาชญากรรม กิจกรรมของผู้ก่อการร้าย เป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดกาดัดสันใจว่าจะไปเที่ยวหรือไม่
9. แรงจูงใจที่อยากได้การยอมรับว่ามีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในแรงจูงใจของมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้ถึงคุณค่าทางสังคม และต้องการบ่งบอกว่าตัวเองเป็นใครมาจากไหนด้วย

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง ระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุข หรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งทำให้รางวัลดังกล่าวจะมีสูงมากในความรู้สึกทางร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ และการซื้อของ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน และเป็นการทดแทน การถูกบังคับให้ทำงาน จึงเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อย และรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเอง โดยการได้ท่องเที่ยว (Weaver and Oppermann 2000 : 34-35)

การที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใดนั้น ขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะสามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว ซึ่งแมคอินทอช และ โกลเนอร์ ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจของการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกติ นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการตามชายหาด การหย่อนใจด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ ๆ

4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม การศึกษา (McIntosh & Goldnor 1986 : 23, อ้างถึงใน วรรณาวงษ์วานิช 2539 : 124-125)

จากการศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า สิ่งจูงใจจะเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลเดินทางท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจุบันมีการท่องเที่ยวมากมายหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบสัมผัสธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของศิลปะ สถาปัตยกรรมในสมัยต่าง ๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากมาย มีการรณรงค์ให้คนไทยเที่ยวในประเทศไทย นำสถานที่ที่น่าสนใจมาเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวไทยได้รู้จัก ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจูงใจอย่างหนึ่ง ที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

ปัจจุบันการท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นความน่าสนใจของประวัติศาสตร์ความเป็นมา หรือความงดงามของสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งจูงใจหนึ่งที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยก็ว่าได้ คือ วัดพระศรีรัตนศาสดารามนั่นเอง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะนิยมใช้บริการด้านมัคคุเทศก์เมื่อเข้าชมสถานที่แห่งนี้ ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ค่อยนิยมใช้บริการด้านมัคคุเทศก์มากนัก จากการสังเกตเมื่อผู้ศึกษาได้เข้าชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม จะเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าเยี่ยมชมเพียงความงามของศิลปะ สถาปัตยกรรมต่าง ๆ และสักการะพระแก้วมรกต

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีผลต่อความต้องการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือไม่

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) Maslow เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ

Maslow กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need – Hierarchy Conception of Human Motivation) Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้น ไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

ลำดับชั้นความต้องการของมาสโล มีการเรียงลำดับชั้นความต้องการที่อยู่ในขั้นต่ำสุด จะต้องได้รับความพึงพอใจเสียก่อนบุคคลจึงจะสามารถผ่านพ้นไปสู่ความต้องการที่อยู่ในขั้นสูงขึ้น ตามลำดับดังจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ชัดที่สุด จากความต้องการทั้งหมดเป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและของอินทรีย์ ความพึงพอใจที่ได้รับ ในขั้นนี้จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่าและถ้าบุคคลใดประสบความล้มเหลวที่จะสนองความต้องการพื้นฐานนี้ก็จะไม่ได้รับการกระตุ้น ให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ถ้าความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่ได้รับความพึงพอใจ บุคคลก็จะอยู่ภายใต้ความต้องการนั้นตลอดไป ซึ่งทำให้ความต้องการอื่น ๆ ไม่ปรากฏหรือกลายเป็นความต้องการระดับรองลงไป เช่น คนที่อดอยากหิวโหยเป็นเวลานานจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกได้ บุคคลเช่นนี้จะหมกมุ่นอยู่กับการจัดหาบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้มีอาหารไว้รับประทาน Maslow อธิบายต่อไปว่าบุคคลเหล่านี้จะมีความรู้สึกเป็นสุขอย่างเต็มที่เมื่อมีอาหารเพียงพอสำหรับเขาและจะไม่ต้องกังวลเรื่องอื่นใดอีก ชีวิตของเขาถือว่าได้ว่าเป็นเรื่องของการรับประทาน สิ่งอื่น ๆ นอกจากนี้จะไม่มีผลสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเสรีภาพ ความรัก ความรู้สึกต่อชุมชน การได้รับการยอมรับ และปรัชญาชีวิต บุคคลเช่นนี้มีชีวิตอยู่เพื่อที่จะรับประทานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ตัวอย่าง การขาดแคลนอาหารมีผลต่อพฤติกรรม ได้มีการทดลองและการศึกษาชีวิตประวัตินี้เพื่อแสดงว่า ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเรื่องสำคัญที่จะเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ และได้พบผลว่าเกิดความเสียหายอย่างรุนแรงของพฤติกรรมซึ่งมีสาเหตุจากการขาดอาหารหรือน้ำติดต่อกันเป็นเวลานาน ตัวอย่างคือ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่าย Nazi ซึ่งเป็นที่กักขังเชลย เชลยเหล่านั้นจะละทิ้งมาตรฐานทางศีลธรรมและค่านิยมต่าง ๆ ที่เขาเคยยึดถือภายใต้สภาพการณ์ปกติ เช่น ขโมยอาหารของคนอื่น หรือใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะได้รับอาหารเพิ่มขึ้น อีกตัวอย่างหนึ่งในปี ค.ศ. 1970 เครื่องบินของสายการบิน Peruvian ตกลงที่ฝั่งอ่าวอเมริกาใต้ผู้ที่รอดตายรวมทั้งพระนิกาย Catholic อาศัยการมีชีวิตอยู่รอดโดยการกินซากศพของผู้ที่ตายจากเครื่องบินตก จากปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมนุษย์เกิดความหิวขึ้น จะมีอิทธิพลเหนือระดับศีลธรรมจรรยา จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่ามนุษย์มีความต้องการทางด้าน

ร่างกายเหนือความต้องการอื่น ๆ และแรงผลักดันของความต้องการนี้ได้เกิดขึ้นกับบุคคลก่อนความต้องการอื่น ๆ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัยหรือความรู้สึกมั่นคง (safety or security) Maslow กล่าวว่าความต้องการความปลอดภัยนี้จะสังเกตเห็นได้ง่ายในทารกและในเด็กเล็ก ๆ เนื่องจากทารกและเด็กเล็ก ๆ ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพอบุคคลอื่น ตัวอย่าง ทารกจะรู้สึกกลัวเมื่อถูกทิ้งให้อยู่ตามลำพังหรือเมื่อเขาได้ยินเสียงดัง ๆ หรือเห็นแสงสว่างมาก ๆ แต่ประสบการณ์และการเรียนรู้จะทำให้ความรู้สึกกลัวหมดไป ดังคำพูดที่ว่า “ฉันไม่กลัวเสียงฟ้าร้องและฟ้าแลบอีกต่อไปแล้ว เพราะฉันรู้ธรรมชาติในการเกิดของมัน” พลังความต้องการความปลอดภัยจะเห็นได้ชัดเจนเช่นกันเมื่อเด็กเกิดความเจ็บป่วย ตัวอย่างเด็กที่ประสบอุบัติเหตุขาหักก็จะรู้สึกกลัวและอาจแสดงออกด้วยอาการฝันร้ายและความต้องการที่จะได้รับความปกป้องคุ้มครองและการให้กำลังใจ

Maslow กล่าวเพิ่มเติมว่าพ่อแม่ที่เลี้ยงลูกอย่างไม่กวัดจันและตามใจมากเกินไป จะไม่ทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจจากความต้องการความปลอดภัยการให้อนอนหรือให้กินไม่เป็นเวลาไม่เพียง แต่ทำให้เด็กสับสนเท่านั้นแต่ยังทำให้เด็กรู้สึกไม่มั่นคงในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเขา สัมพันธภาพของพ่อแม่ที่ไม่ดีต่อกัน เช่น ทะเลาะกันทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน พ่อแม่แยกกันอยู่ หย่า ดายจากไป สภาพการณ์เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกที่ดีของเด็ก ทำให้เด็กรู้ว่าสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มั่นคง ไม่สามารถคาดการณ์ได้และนำไปสู่ความรู้สึกไม่ปลอดภัย

ความต้องการความปลอดภัยจะยังมีอิทธิพลต่อบุคคลแม้ว่าจะผ่านพ้นวัยเด็กไปแล้ว แม้ในบุคคลที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครอง เช่น ผู้รักษาเงิน นักบัญชี หรือทำงานเกี่ยวกับการประกันต่าง ๆ และผู้ที่ทำหน้าที่ให้การรักษาพยาบาลเพื่อความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์พยาบาล แม้กระทั่งคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเฝ้าหาความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์พยาบาล แม้กระทั่งคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเฝ้าหาความปลอดภัยด้วยกันทั้งสิ้น ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้บุคคลรู้สึก “ปลอดภัย” ความต้องการความปลอดภัยในเรื่องอื่น ๆ จะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สงคราม อาชญากรรม น้ำท่วม แผ่นดินไหว การจลาจล ความสับสนไม่เป็นระเบียบของสังคม และเหตุการณ์อื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกับสภาพเหล่านี้

Maslow ได้ให้ความคิดต่อไปว่าอาการโรคประสาทในผู้ใหญ่ โดยเฉพาะโรคประสาทชนิดย้ำคิด-ย้ำทำ (obsessive-compulsive neurotic) เป็นลักษณะเด่นชัดของการค้นหาความรู้สึกปลอดภัย ผู้ป่วยโรคประสาทจะแสดงพฤติกรรมว่าเขากำลังประสบเหตุการณ์ที่ร้ายกาจ

และกำลังมีอันตรายต่าง ๆ เขาจึงต้องการมีใครสักคนที่ปกป้องคุ้มครองเขาและเป็นบุคคลที่มีความเข้มแข็งซึ่งเขาสามารถจะพึ่งพาอาศัยได้

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love needs)

ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของเป็นความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม ไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อน ๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูก ๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่างยิ่ง และจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

Maslow คัดค้านกลุ่ม Freud ที่ว่าความรักเป็นผลมาจากการทดเทิดสัญชาตญาณทางเพศ (sublimation) สำหรับ Maslow ความรักไม่ใช่สัญลักษณ์ของเรื่องเพศ (sex) เขาอธิบายว่า ความรักที่แท้จริงจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดี ความสัมพันธ์ของความรักระหว่างคน 2 คน จะรวมถึงความรู้สึกนับถือซึ่งกันและกัน การยกย่องและความไว้วางใจแก่กัน นอกจากนี้ Maslow ยังย้ำว่า ความต้องการความรักของคนจะเป็นความรักที่เป็นไปในลักษณะทั้งการรู้จักให้ความรักต่อผู้อื่น และรู้จักที่จะรับความรักจากผู้อื่น การได้รับความรักและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า บุคคลที่ขาดความรักก็จะรู้สึกว่าชีวิตไร้ค่ามีความรู้สึกอ้างว้างและเกลียดแค้น กล่าวโดยสรุป Maslow มีความเห็นว่าบุคคลต้องการความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการขาดสิ่งนี้มักจะเป็นสาเหตุให้เกิดความข้องใจและทำให้เกิดปัญหาการปรับตัวไม่ได้ และความยินดีในพฤติกรรมหรือความเจ็บป่วยทางด้านจิตใจในลักษณะต่าง ๆ

สิ่งที่ควรสังเกตประการหนึ่ง ก็คือมีบุคคลจำนวนมากที่มีความลำบากใจที่จะเปิดเผยตัวเองเมื่อมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกับเพศตรงข้ามเนื่องจากกลัวว่าจะถูกปฏิเสธความรู้สึก เช่นนี้ Maslow กล่าวว่าสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในวัยเด็ก การได้รับความรักหรือการขาดความรักในวัยเด็ก ย่อมมีผลกับการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะและการมีทัศนคติในเรื่องของความรัก Maslow เปรียบเทียบว่าความต้องการความรักก็เป็นเช่นเดียวกับรถยนต์ที่สร้างขึ้นมาโดยต้องการก๊าซหรือน้ำมันนั่นเอง (Maslow 1970 : 170)

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs)

เมื่อความต้องการได้รับความรักและการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปอย่างมีเหตุผลและทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลงและมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่ กล่าวคือมนุษย์

ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others)

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่ามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงานภาระกิจต่าง ๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือ ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับการยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับการความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับชมยินดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำ ซึ่งทำให้รู้สึกว่าคุณค่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ก็เป็นเช่นเดียวกับธรรมชาติของลำดับชั้นในเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตามทฤษฎีของ Maslow ในเรื่องอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตนั้นคือ บุคคลจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องก็เมื่อภายหลังจาก ความต้องการความรักและความ เป็นเจ้าของได้รับการตอบสนองความพึงพอใจของเขาแล้ว และ Maslow กล่าวว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บุคคลจะย้อนกลับจากระดับชั้นความต้องการในขั้นที่ 4 กลับไปสู่ระดับขั้นที่ 3 อีกถ้า ความต้องการระดับขั้นที่ 3 ซึ่งบุคคลได้รับไว้แล้วนั้นถูกกระทบกระเทือนหรือสูญสลายไปทันทีทันใด ดังตัวอย่างที่ Maslow นำมาอ้างคือหญิงสาวคนหนึ่งซึ่งเธอคิดว่า การตอบสนองความต้องการความรักของเธอได้ดำเนินไปด้วยดี แล้วเธอจึงทุ่มเทและเอาใจใส่ในธุรกิจของเธอ และได้ประสบความสำเร็จเป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงและอย่างไม่คาดฝันสามปีได้ผลจากเธอไป ในเหตุการณ์เช่นนี้ปรากฏว่าเธอวางมือจากธุรกิจต่าง ๆ ในการที่จะส่งเสริมให้เธอได้รับความยกย่องนับถือ และหันมาใช้ความพยายามที่จะเรียกร้องสามีให้กลับคืนมา ซึ่งการกระทำเช่นนี้ของเธอเป็นตัวอย่างของ ความต้องการความรักซึ่งครั้งหนึ่งเธอได้รับแล้ว และถ้าเธอได้รับความพึงพอใจในความรักโดยสามี หวนกลับคืนมาเธอก็จะกลับไปเกี่ยวข้องกับโลกธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง

ความพึงพอใจของความต้องการได้รับการยกย่องโดยทั่ว ๆ ไป เป็นความรู้สึกและทัศนคติของความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกว่าคุณค่า การมีพลังกำลัง การมีความสามารถ และความรู้สึกว่ามีชีวิตอยู่อย่างมีประโยชน์และเป็นบุคคลที่มีความจำเป็นต่อโลก ในทางตรงกันข้ามการขาดความรู้สึกต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติของปมด้อยและ ความรู้สึกไม่พอเพียง เกิดความรู้สึกอ่อนแอและช่วยเหลือตนเองไม่ได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการรับรู้ตนเองในทางนิเสธ (negative) ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรู้สึกขาดกำลังใจและรู้สึกว่าตนเองไม่มี

ประโยชน์และสิ้นหวังในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของชีวิต และประเมินตนเองต่ำกว่าชีวิตความเป็นอยู่กับการได้รับการยกย่อง และยอมรับจากผู้อื่นอย่างจริงจังมากกว่าการมีชื่อเสียงจากสถานภาพหรือการได้รับการประจบประแจง การได้รับความนับถือยกย่องเป็นผลมาจากความเพียรพยายามของบุคคล และความต้องการนี้อาจเกิดอันตรายขึ้นได้ถ้าบุคคลนั้นต้องการคำชมเชยจากผู้อื่นมากกว่าการยอมรับความจริงและเป็นที่ยอมรับกันว่าการได้รับความนับถือยกย่องมีพื้นฐานจากการกระทำของบุคคลมากกว่าการควบคุมจากภายนอก

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs) ถึงลำดับขั้นสุดท้าย ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อน ๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น Maslow อธิบายความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้อย่างเหมาะสมบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขาและมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ เช่น “นักดนตรีก็ควรใช้ความสามารถทางด้านดนตรี ศิลปินก็ควรวาดรูป กวีจะต้องเขียนโคลงกลอน ถ้าบุคคลเหล่านี้ได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง” (Maslow 1970 : 46)

ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะดำเนินไปอย่างง่ายหรือเป็นไปได้โดยอัตโนมัติ โดยความเป็นจริงแล้ว Maslow เชื่อว่าคนเรามักจะกลัวตัวเองในสิ่งเหล่านี้ “ด้านที่ดีที่สุดของเรา ความสามารถพิเศษของเรา สิ่งที่ดีงามที่สุดของเรา พลังความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์” (Maslow 1962 : 58)

ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงมิได้มีแต่เฉพาะในศิลปินเท่านั้น คนทั่ว ๆ ไป เช่น นักกีฬา นักเรียน หรือแม้แต่กรรมกรก็สามารถจะมีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงได้ถ้าทุกคนสามารถทำในสิ่งที่ตนต้องการให้ดีที่สุด รูปแบบเฉพาะของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะมีความแตกต่างอย่างกว้างขวางจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง กล่าวได้ว่ามันคือระดับความต้องการที่แสดงความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างยิ่งใหญ่ที่สุด

Maslow ได้ยกตัวอย่างของความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ในกรณีของนักศึกษาชื่อ Mark ซึ่งเขาได้ศึกษาวิชาบุคลิกภาพเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อเตรียมตัวเป็นนักจิตวิทยาคลินิก นักทฤษฎีคนอื่น ๆ อาจจะอธิบายว่าทำไมเขาจึงเลือกอาชีพนี้ ตัวอย่าง เช่น Freud อาจกล่าวว่ามันสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เขาเก็บกด ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศไว้ตั้งแต่วัยเด็ก ขณะที่ Adler อาจมองว่ามันเป็นความพยายามเพื่อชดเชยความรู้สึกด้อยบางอย่างในวัยเด็ก

Skinner อาจมองว่าเป็นผลจากการถูกวางเงื่อนไขของชีวิตในอดีต ขณะที่ Bandura สัมพันธ์เรื่องนี้กับตัวแปรต่าง ๆ ทางการเรียนรู้ทางสังคม และ Kelly อาจพิจารณาว่า Mark กำลังจะพุ่งตรงไปเพื่อที่จะเป็นบุคคลที่เขาต้องการจะเป็นตัวอย่างที่แสดงถึง การมุ่งตรงไปสู่เป้าประสงค์ในอาชีพโดยความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงและถ้าจะพิจารณากรณีของ Mark ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ถ้า Mark ได้ผ่านการศึกษาจิตวิทยาจนครบหลักสูตรและได้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกและในที่สุดก็ได้รับปริญญาเอกทางจิตวิทยาคลินิก สิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ Mark ต่อไปก็คือ เมื่อเขาสำเร็จการศึกษาดังกล่าวแล้วถ้ามีบุคคลหนึ่งได้เสนองานให้เขาในตำแหน่งตำรวจสืบสวน ซึ่งงานในหน้าที่นี้จะได้รับค่าตอบแทนอย่างสูงและได้รับผลประโยชน์พิเศษหลาย ๆ อย่างตลอดจนรับประกันการว่างและความมั่นคงสำหรับชีวิต เมื่อประสบเหตุการณ์เช่นนี้ Mark จะทำอย่างไร ถ้าคำตอบของเขาคือ “ตกลง” เขาก็จะย้อนกลับมาสู่ความต้องการระดับที่ 2 คือความต้องการความปลอดภัย สำหรับการวิเคราะห์ความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง Maslow กล่าวว่า “อะไรที่มนุษย์สามารถจะเป็นได้เขาจะต้องเป็นในสิ่งนั้น” เรื่องของ Mark เป็นตัวอย่างง่าย ๆ ว่า ถ้าเขตกลงเป็นตำรวจสืบสวน เขาก็จะไม่มีโอกาสที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ทำไมทุก ๆ คนจึงไม่สัมฤทธิ์ผลในการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Why Can't All People Achieve Self-Actualization) ตามความคิดของ Maslow ส่วนมากมนุษย์แม้จะไม่ใช่ว่าทั้งหมดที่ต้องการแสวงหาเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ภายในตน จากงานวิจัยของเขาทำให้ Maslow สรุปว่า การรู้ถึงศักยภาพของตนนั้นมาจากพลังตามธรรมชาติและจากความจำเป็นบังคับ ส่วนบุคคลที่มีพรสวรรค์มีจำนวนน้อยมากเพียง 1% ของประชากรที่ Maslow ประมาณ Maslow เชื่อว่าการนำศักยภาพของตนออกมาใช้เป็นที่ยากมาก บุคคลมักไม่รู้ว่า ตนเองมีความสามารถและไม่ทราบว่าจะได้รับการส่งเสริมได้อย่างไร มนุษย์ส่วนใหญ่ยังคงไม่มั่นใจในตัวเองหรือไม่มั่นใจในความสามารถของตนจึงทำให้หมดโอกาสเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง และยังมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มาดบังพัฒนาการทางด้านความต้องการของบุคคลดังนี้

อิทธิพลของวัฒนธรรม ตัวอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของสังคมมีต่อการเข้าใจตนเอง คือแบบพิมพ์ของวัฒนธรรม (cultural stereotype) ซึ่งกำหนดว่าลักษณะเช่นไรที่แสดงความเป็นชาย (masculine) และลักษณะใดที่ไม่ใช่ความเป็นชาย เช่น จิตพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความเมตตา กรุณา ความสุภาพและความอ่อนโยน สิ่งเหล่านี้วัฒนธรรมมีแนวโน้มที่จะพิจารณาว่า “ไม่ใช่ลักษณะของความเป็นชาย” (unmasculine) หรือความเชื่อถือของวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่มีคุณค่า เช่น ยึดถือว่าบทบาทของผู้หญิงขึ้นอยู่กับจิตวิทยาพัฒนาการของผู้หญิง เป็นต้น การพิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ ดังกล่าวนี้เป็นเพียงการเข้าใจ

“สภาพการณ์ที่ดี” มากกว่าเป็นเกณฑ์ของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (วิศวกรรมการจัดการ
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ)

ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีความต้องการของ Maslow มาใช้ศึกษาความต้องการการบริการด้าน
มัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรุณสวัสดิ์ ฤทธิ์พิพัฒน์ (2551) วิจัยเรื่อง “การพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าทาง
วัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์
เพื่อประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง
วัฒนธรรม ผลที่ได้จากการประเมินในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นตัวชี้วัดและแนะแนวทาง
เพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานในอนาคต

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กรอบ
งานวิจัยประกอบด้วยการกำหนดตัวอย่างปัจจัย การกำหนดคำถามการวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก การ
เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสังเกตการณ์โดยตรง ในส่วนวิธีการ
สัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบ
การท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคาน 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ประชาชนในท้องถิ่น ตัวแทนชุมชน
เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาลและผู้ประกอบการ แบ่งการสัมภาษณ์เป็น 4 รอบระหว่างช่วงเดือน
มีนาคม 2550 ถึงเดือนเมษายน 2551 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ตั้งแต่วันที่ 30
ธันวาคม 2551-15 กุมภาพันธ์ 2552 ซึ่งเป็นช่วงฤดูท่องเที่ยวของพื้นที่ ค่าความน่าเชื่อถือของ
เครื่องมืออยู่ที่ 0.85 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ในทางสถิติ และค่าความเชื่อมั่นจากผลของการตอบ
แบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 95 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาความถี่
ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for
Social Science for Windows) version 13.0

ผลการศึกษาปรากฏว่า อำเภอเชียงคานมีคุณค่าทางวัฒนธรรม 5 ด้านคือ ด้าน
ประวัติศาสตร์ ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเศรษฐกิจ สิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็น
ว่าเป็นจุดเด่นของเชียงคานคือความเงียบและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนพื้นถิ่นและต้องการให้สภาวะ
ดังกล่าวคงอยู่สืบไป สถาปัตยกรรมที่ควรอนุรักษ์ได้แก่บ้านเรือนไม้เก่าริมแม่น้ำโขงและแหล่ง
โบราณสถาน ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควร
ปรับปรุงในเรื่องป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและป้ายข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง
เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเกิดการเรียนรู้และเข้าใจคุณค่าของเมืองเชียงคาน
หลังจากวิเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้เสนอแผนการพัฒนาอำเภอเชียงคาน ในฐานะ

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วยแนวคิด “เมืองเดินช้า” เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานคุณค่าของเมืองเชียงคานอย่างแท้จริง

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550) วิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณ เมืองโบราณอุ้มทอง และศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุ้มทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS /PC(+) สถิติที่ใช้คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ t – test และ Analysis of Variance (ANOVA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปีมีจำนวนมากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นักเรียน/นักศึกษามีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวการเดินทางมาครั้งนี้เป็นครั้งแรก และเดินทางมาจากภาคกลาง ประเภทกลุ่มเดินทางคือมากับกลุ่มเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และตัดสินใจท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด

นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ด้านการบริหาร ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ และสุดท้ายมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางคือด้านการประชาสัมพันธ์ การทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุ้มทอง ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ และมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุ้มทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ด้านแหล่งเรียนรู้ และด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน

สุกัญญา กิมเปี่ยม (2551) : วิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสยามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของ

พระราชวังสนามจันทร์ และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้ความเรียงแบบบรรยาย

ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพที่เหมาะสมมากที่สุดคือปัจจัยทางด้านธรรมชาติ ได้แก่ เรื่องการจัดสวน ความร่มรื่นของสถานที่และความสะอาดเป็นระเบียบของสถานที่ ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนา ได้แก่ เรื่องของประติมากรรม คือเทวรูปพระคเณศ และพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว

แนวทางพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสยามจันทร์ ได้แก่ ควรปรับปรุงคูน้ำล้อมรอบพระราชวังสนามจันทร์ และควรติดตั้งเครื่องบำบัดน้ำเพิ่มออกซิเจนในน้ำ ควรจัดแสดงพระราชประวัติและพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้มากกว่าที่จัดแสดงอยู่ ควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านบุคลิกภาพ ด้านการให้บริการที่ดี และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ควรมีการจัดฝึกอบรมภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ให้แก่เจ้าหน้าที่ ควรจัดกิจกรรมวันสำคัญอันเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ โดยจัดให้มีการลงนามถวายพระพร ควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวโรกาสที่เป็นวันสำคัญของพระองค์ท่าน เช่น วันสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า ควรมีการรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวจากองค์พระปฐมเจดีย์มายังพระราชวังสนามจันทร์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ที่พบ ได้แก่ ด้านบุคลากร ปัญหาเกี่ยวกับความเที่ยงธรรมหรือความยุติธรรม ด้านการเงิน งบประมาณ เกี่ยวกับการบำรุง ซ่อมแซมรักษาสภาพสถานที่ต่าง ๆ ด้านวัสดุ อุปกรณ์ อาคารสถานที่ เกี่ยวกับสวัสดิการ (รถยนต์รับ-ส่ง) ที่ทางหน่วยงานจัดให้เจ้าหน้าที่ ด้านการจัดการเกี่ยวกับความต้องการขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรจัดให้เจ้าหน้าที่มีโอกาสได้ไปศึกษาเรียนรู้และดูงานต่างประเทศหรือนอกสถานที่ ควรมีงบประมาณเกี่ยวกับพระราชวังสยามจันทร์ให้มากกว่านี้

อัญชลี นิลสนธิ, ชัยโรจน์ สายพันธุ์, เทเวศร์ พิริยพจนท์ (2549) วิจัยเรื่อง “คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่คาดหวังของมัคคุเทศก์ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่คาดหวังของมัคคุเทศก์ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง จำแนกตามตัวแปร เพศ

อายุและสัญชาติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ อเมริกัน แคนาดาและออสเตรเลีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง จำนวน 387 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า (t-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์กรณีสึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังอยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่คาดหวังของมัคคุเทศก์กรณีสึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง ทั้งโดยรวม ด้านบุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านวิชาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศและสัญชาติต่างกัน มีความคิดเห็นและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) : วิจัยเรื่อง “การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี และเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

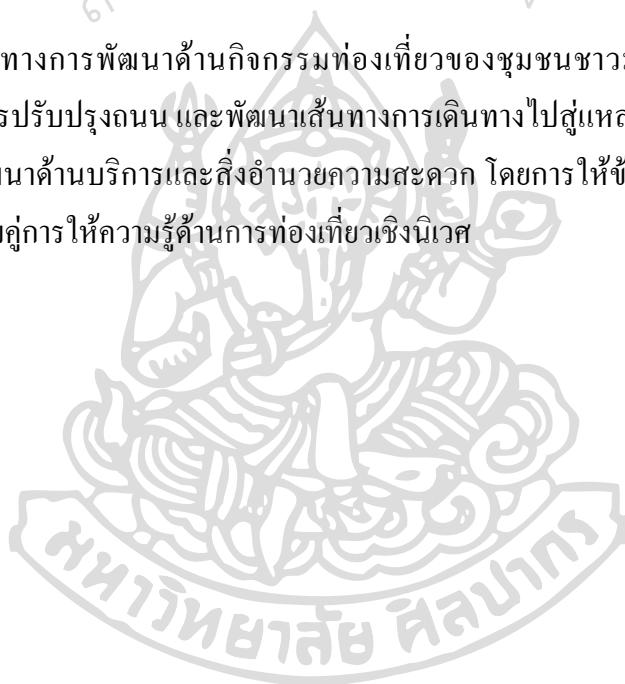
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งสิ้น 418 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์จังหวัด แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 10 คน, ผู้ประกอบการด้านการบริการท่องเที่ยวเอกชน และมีผู้ประกอบการด้านที่พัก จำนวน 10 คน, ประชาชนใน อำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 75 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 321 คน โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดยเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ต่อมสาม โลก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ธงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง

แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทางเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกัน ตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวควบคู่การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงความต้องการการบริการด้านมัลติเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร ดังนั้น เพื่อให้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้เป็นขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นดังนี้
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 1,028,591 คน (สำนักพระราชวัง 2553)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (สูตร รัดน โชติ 2551 : 95) โดยการกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ($d = 0.05$) ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% ดังสูตรต่อไปนี้

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

โดยที่ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด (นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามจำนวน 1,028,591 คน)

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (กำหนด 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าตามสูตร } n &= \frac{1,028,591}{1+1,028,591(0.05)^2} \\ &= 399.999 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 400 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้และสามารถใช้บริการด้านมัคคุเทศก์ จำนวน 400 คน ซึ่งเก็บข้อมูลบริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส แหล่งที่อยู่อาศัย และลักษณะการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เป็นข้อคำถามแบบปิด (Close-ended Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้บริการด้านมัคคุเทศก์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551 : 77)

ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนน้ำหนักของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้คะแนนเป็น 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้คะแนนเป็น 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้คะแนนเป็น 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้คะแนนเป็น 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้คะแนนเป็น 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดลำดับคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้บริการด้านมัคคุเทศก์ กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551 : 77)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง มากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นข้อคำถามแบบปิด (Close-ended Question) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับแรงงใจ	ค่าคะแนนน้ำหนักของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้คะแนนเป็น 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้คะแนนเป็น 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้คะแนนเป็น 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้คะแนนเป็น 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้คะแนนเป็น 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดลำดับคะแนนเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2551 : 77)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับของแรงงใจ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง มากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 3 สัปดาห์ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ (Completeness) ของแบบสอบถาม จากนั้น ผู้ศึกษาจะนำมาเสนอผลการศึกษาโดยเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1. แบบสอบถามข้อที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าความถี่ร้อยละ
2. แบบสอบถามข้อที่ 2 แนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้การบริการด้านมัคคุเทศก์ โดยใช้การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)
3. แบบสอบถามข้อที่ 3 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัย ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- N แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
 \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F แทน ความถี่ (Frequency)

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษานำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ประมวลผล และนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานภาพสมรส แหล่งที่อยู่อาศัย และลักษณะการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้การบริการด้านมัคคุเทศก์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานภาพสมรส แหล่งที่อยู่อาศัย และลักษณะการท่องเที่ยวโดยการแสดงค่าความถี่และร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนค่าความถี่และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	207	51.75
หญิง	193	48.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
22 – 32 ปี	156	39.00
33 – 43 ปี	139	34.75
44 – 54 ปี	73	18.25
55 ปี ขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	38	9.50
มัธยมปลาย	46	11.50
อนุปริญญา	71	17.75
ปริญญาตรี	218	54.50
สูงกว่าปริญญาตรี	27	6.75
รวม	400	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30	7.50
5,000 - 10,000 บาท	95	23.75
10,001 - 15,000 บาท	100	25.00
15,001 - 20,000 บาท	85	21.25
20,001 บาท ขึ้นไป	90	22.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	68	17.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	7.25
พนักงานบริษัทเอกชน	134	33.50
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	18	4.50
ธุรกิจส่วนตัว	73	18.25
รับจ้าง	77	19.25
ทำนา	1	0.25
รวม	400	100.00
6. สถานภาพสมรส		
โสด	206	51.50
สมรส	191	47.75
หย่าร้าง / หม้าย	3	0.75
รวม	400	100.00
7. แหล่งที่อยู่อาศัย		
ในเขตกรุงเทพมหานคร	340	85.00
นครปฐม	4	1.00
สมุทรปราการ	14	3.50
นนทบุรี	2	0.50
สระบุรี	1	0.25
นครนายก	6	1.50
ชลบุรี	9	2.25
ฉะเชิงเทรา	1	0.25
ราชบุรี	11	2.75

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. แหล่งที่อยู่อาศัย		
ลำปาง	3	0.75
น่าน	1	0.25
เชียงใหม่	2	0.50
เชียงราย	1	0.25
แพร่	1	0.25
เลย	2	0.50
อุดร	1	0.25
ศรีสะเกษ	1	0.25
รวม	400	100.00
8. ลักษณะการท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	34	8.50
มากับครอบครัว	204	51.00
มากับกลุ่มเพื่อน	142	35.50
มากับสถานศึกษา	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และเพศหญิงจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 22 – 32 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลง คือ มาอายุ 33 – 43 ปีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และอายุ 44 – 54 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

อาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา คือ รับจ้าง 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 และมีธุรกิจส่วนตัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นโสด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 และ หย่าร้าง / หม้าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

แหล่งที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85 และอยู่ในต่างจังหวัด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ อาศัยอยู่จังหวัดสมุทรปราการ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 รองลงมาคือ จังหวัดราชบุรี 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และ จังหวัดชลบุรี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ลักษณะการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มากับครอบครัว จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือ มากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และมาคนเดียว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา
ท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการด้านมัลลเทศก์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการ
ด้านมัลลเทศก์

ข้อ	แนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา ท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการ ด้านมัลลเทศก์	\bar{X}	S.D.	ระดับ การบริการ
1	ทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตน- ศาสดาราม	4.48	0.621	มากที่สุด
2	ประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว	4.31	0.695	มากที่สุด
3	เกิดความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	4.30	0.675	มากที่สุด
4	รู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยว	4.23	0.726	มากที่สุด
5	ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง	4.47	0.636	มากที่สุด
6	รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	4.29	0.725	มากที่สุด
7	การเดินทางท่องเที่ยวคุ้มค่า	4.22	0.722	มากที่สุด
8	ทำให้ทราบถึงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตน- ศาสดาราม ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์ และด้านเศรษฐกิจ	4.57	0.601	มากที่สุด
9	ท่องเที่ยวได้ทั่วถึง	4.40	0.682	มากที่สุด
10	ทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติเมื่อมาท่องเที่ยว วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	4.49	0.596	มากที่สุด
	รวม	4.37	0.443	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการด้านมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวคิดต่อการท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม ทำให้ทราบถึงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์ และด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา คือ ทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติเมื่อมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม ($\bar{X} = 4.49$) และ ทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ($\bar{X} = 4.48$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ข้อ	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1	ความมีชื่อเสียงของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	4.69	0.484	มากที่สุด
2	ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต	4.71	0.546	มากที่สุด
3	ความสวยงามของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต	4.73	0.497	มากที่สุด
4	ความน่าสนใจในประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	4.63	0.529	มากที่สุด
5	ความงดงามของสถาปัตยกรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	4.71	0.508	มากที่สุด
6	ความเก่าแก่ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	4.70	0.527	มากที่สุด
รวม		4.69	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ ความสวยงามของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต โดยได้รับคะแนนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) รองลงมา คือ ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต และ ความงดงามของสถาปัตยกรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ($\bar{X} = 4.71$) และความเก่าแก่ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ($\bar{X} = 4.70$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อคำถามปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่า แรงจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ ความประทับใจในความสวยงามของสถานที่ ซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมของไทย นอกจากนี้ เรื่องของการเดินทางที่สะดวกก็เป็นอีกแรงจูงใจหนึ่ง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้น หากมีการบริการที่มีคุณภาพของมัคคุเทศก์ ก็จะยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความรู้ และความสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้น หากมีการพัฒนาด้านการบริการของมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพ ก็จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านมัคคุเทศก์ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านมัคคุเทศก์ และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านมัคคุเทศก์

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.75 มีอายุระหว่าง 22 - 32 ปี ร้อยละ 39 และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 25 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.5 และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นโสด เป็นร้อยละ 51.5 อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 85 และลักษณะการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากับครอบครัว ร้อยละ 51

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการด้านมัคคุเทศก์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวคิดต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$)

เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีแนวคิดที่ว่า การเดินทางมาท่องเที่ยว วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ทำให้ทราบถึงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุทธียศาสตร์ และด้านเศรษฐกิจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ ทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติเมื่อมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ท่องเที่ยวได้ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เกิดความสะดวกสบาย ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการเดินทางท่องเที่ยวคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69

เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ ความสวยงามของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาคือ ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ความงดงามของสถาปัตยกรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ความเก่าแก่ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ความมีชื่อเสียงของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และ ความน่าสนใจในประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม 4.63 ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในระดับแรงจูงใจที่มากที่สุดทุกรายชื่อ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อความปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่า แรงจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ ความประทับใจในความสวยงามของสถานที่ ซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมของไทย นอกจากนี้ เรื่องของการเดินทางที่สะดวกก็เป็นอีกแรงจูงใจหนึ่ง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้น หากมีการบริการที่มีคุณภาพของมัคคุเทศก์ ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความรู้ และความสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้น หากมีการพัฒนาด้านการบริการของมัคคุเทศก์ให้มีคุณภาพ ก็จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษา ผู้เขียนจะขอนำเสนอประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร ดังนี้

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งพบว่า การบริการด้านมัคคุเทศก์ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการหรือแนวคิดทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ ความสำคัญของสถานที่ ความสวยงามของสถาปัตยกรรม ความศักดิ์สิทธิ์และความสวยงามของพระพุทธรูปหรือพระแก้วมรกต ก็เป็นเหตุผลประการหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ เนื่องจากมัคคุเทศก์ จะเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญของสถานที่ นอกจากนี้ยังให้ความเพลิดเพลินและคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชมวัดพระศรีรัตนศาสดารามอีกด้วย ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงต้องมีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ กล่าวคือ จะต้องมีการให้บริการข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะในด้านข้อมูลของสถานที่ ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบในการปฏิบัติ เมื่อเข้าเที่ยวชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัคคุเทศก์จะต้องคอยบริการให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทาง และมีความสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างเที่ยวชมอีกด้วย

จากการศึกษาของ สุกัญญา กิมเปี่ยม (2551) เรื่อง การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสยามจันทร์ จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพที่เหมาะสมมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติ ได้แก่เรื่อง การจัดสวน ความร่มรื่นของสถานที่และความสะอาดเป็นระเบียบของสถานที่ ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนา ได้แก่ เรื่องของประติมากรรม คือ เทวรูปพระคเณศ และพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากการศึกษาของ อัญชุลี นิลสนธิ, ชัยโรจน์ สายพันธุ์, เทเวศร์ พิริยพจนท์ (2549) เรื่อง คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่คาดหวังของมัคคุเทศก์ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความคิดเห็นและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของมัคคุเทศก์กรณีศึกษาวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวังอยู่ในระดับมาก สอดคล้องหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษานี้ กล่าวคือ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยรวมอยู่

ในระดับมากที่สุด ซึ่งแรงงูใจหรือความคาดหวังครั้งนี้ ประกอบด้วย ความสวยงามของพระพุทธรูปมหายานนิรันดร์ปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปมหายานนิรันดร์ปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต ความงดงามของสถาปัตยกรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ความเก่าแก่ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ความมีชื่อเสียงของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และความน่าสนใจในประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยทั้งหมดนี้อยู่ในระดับแรงงูใจที่มากที่สุดทุกรายข้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีแนวคิดว่าการมาท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของสถานที่ ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเศรษฐกิจ อีกทั้งยังทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติ ทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับมัลลเทศน์จึงจำเป็นต้องให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเป็นจริง ดังนั้น จึงมีความสำคัญที่มัลลเทศน์ต้องมีการศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว

เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวคิดว่าการไปท่องเที่ยวโดยใช้บริการมัลลเทศน์ ทำให้สามารถท่องเที่ยวได้ทั่วถึง และ ประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว เกิดความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น มัลลเทศน์จึงจำเป็นต้องมีการบริหารเวลาในแต่ละจุดของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้ตามหมายกำหนดเวลาและครอบคลุมจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจอย่างครอบคลุม

จากแนวคิดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เกี่ยวกับ ความต้องการสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวคุ้มค่าในการใช้บริการมัลลเทศน์ระหว่างการท่องเที่ยว นั้น เพื่อให้แนวคิดหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นไปตามประสงค์ มัลลเทศน์เองจำเป็นต้องช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้อย่างทั่วถึง โดยไม่ละเลยสิ่งสำคัญใด ๆ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว จำเป็นต้องให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านความสำคัญ ประวัติความเป็นมา ลักษณะทางศิลปกรรม ลักษณะภูมิประเทศ และข้อมูลอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้มัลลเทศน์จำเป็นต้องช่วยลดความกังวลใจให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องการจัดเวลาที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเดินทางและการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเองในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ยิ่งไปกว่านั้น มัคคุเทศก์ต้องให้ความสำคัญในฐานะเป็นผู้นำในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและให้ความสำคัญในฐานะเป็นผู้สร้างภาพพจน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ มัคคุเทศก์ต้องสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชนชาติ โดยพยายามอธิบาย หรือชี้แจงให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศ หรือในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษา ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ
2. ควรมีดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษา ความต้องการการบริการด้านมัคคุเทศก์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
3. ควรมีการดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการด้านมัคคุเทศก์ของมัคคุเทศก์เอง เป็นต้น



บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. Captain Regency : การท่องเที่ยว (Tourism). [ออนไลน์].

เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://piratesoftheandaman.blogspot.com/2009/04/tourism.html>

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนนทบุรี. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ

23 เมษายน 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.creativeculturethailand.com/detail](http://www.creativeculturethailand.com/detail_page.php?sub_id=3833)

[_page.php?sub_id=3833](http://www.creativeculturethailand.com/detail_page.php?sub_id=3833)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ความหมายของมัคคุเทศก์. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2529.

กรมศิลปากร. นำชมกรุงรัตนโกสินทร์. กรุงเทพมหานคร : กองโบราณคดี กรมศิลปากร, 2553.

ความหมายและองค์ประกอบการสื่อสาร. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://onzonde.multiply.com/journal/item/91/91>

จุฑามาศ คงสวัสดิ์. “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง

จังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชา

พื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2550.

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow’s Hierarchical Theory of Motivation). [ออนไลน์]. เข้าถึง

เมื่อ 13 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.kmitnbxmie8.com/index.php?](http://www.kmitnbxmie8.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=5354814&Ntype=3)

[lay=show &ac=article&Id=5354814&Ntype=3](http://www.kmitnbxmie8.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=5354814&Ntype=3)

ประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม : หนังสือนำชมกรุงรัตนโกสินทร์ เนื่องในงาน

สมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ ๒๐๐ ปี พ.ศ. ๒๕๒๕. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่

14 มีนาคม 2553. เข้าถึงได้จาก [http://www.dhammadham.org/watthai/bangkok/](http://www.dhammadham.org/watthai/bangkok/watprasiratana.php)

[watprasiratana.php](http://www.dhammadham.org/watthai/bangkok/watprasiratana.php)

บุสดี อากมานนท์ มอนซอน และคณะ. โครงการศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะ

แวดล้อมและประชากรในท้องถิ่น. นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล, 2535.

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. “การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.

วัฒนชัย ชูมาก. “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย :

กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว วิศวกรรมการจัดการ
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2552.

วรรณภา วงษ์วานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2537.

สุกัญญา กิมเปี่ยม. “การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสยามจันทร์ จังหวัด
นครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทาง
การศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.

สมกมล พวงพรหม. “การประเมินผลที่พึงประสงค์เข้าสัและความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว
ต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546.

หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์. “ความรู้ความเข้าใจของมัคคุเทศก์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการนำไป
เผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการมนุษย์กับ
สิ่งแวดล้อม, 2542.

อรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงศ์. “การพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน
จังหวัดเลย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2551.

อัญชุลี นิลสนธิ, ชัยโรจน์ สายพันธุ์ และ เทเวศร์ พิริยพลนที. “คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่
คาดหวังของมัคคุเทศก์ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.” วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549.

หนังสือภาษาต่างประเทศ

Burke and Resnick. Marketing and selling the travel product. Cincinnati OH : South Western
Pub, 1991.

David Weaver and Martin Oppermann. Tourism Management. Brisbane : John Wiley & Sons
Australia, 2000.

สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง “ความต้องการการบริการด้านมัณฑนศิลป์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม”

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนางสาวนารี ศิษย์ธรรมาภรณ์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความต้องการการบริการด้านมัณฑนศิลป์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมดจะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดยนำเสนอในภาพรวม มิใช่รายบุคคล จึงไม่กระทบกระเทือนต่อการประกอบอาชีพ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถามตามความจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวความคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยใช้บริการด้านมัณฑนศิลป์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านหน้าข้อความต่อไปนี้
สถานภาพของท่าน

1. เพศ () หญิง () ชาย
2. อายุ () 22 – 32 ปี () 33 – 43 ปี
() 44 – 54 ปี () 55 ปีขึ้นไป
3. การศึกษาสูงสุด () ต่ำกว่ามัธยมปลาย () มัธยมปลาย
() อนุปริญญา () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท
() 10,001 – 15,000 บาท () 15,001 – 20,000 บาท
() 20,001 ขึ้นไป
5. อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() พนักงานบริษัทเอกชน () แม่บ้าน/พ่อบ้าน
() ธุรกิจส่วนตัว () รับจ้าง
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. สถานภาพสมรส () โสด () สมรส
() หย่าร้าง/หม้าย
7. แหล่งที่อยู่อาศัย () ในเขตกรุงเทพมหานคร
() ต่างจังหวัด (โปรดระบุ).....
8. ลักษณะการท่องเที่ยว () มากคนเดียว () มากับครอบครัว
() มากับกลุ่มเพื่อน () มากับสถานศึกษา
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
วัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยใช้การบริการด้านมัลติเทคส์

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญของแนวคิดการท่องเที่ยว				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ทำให้ทราบประวัติความเป็นมาของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม					
2. ประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว					
3. เกิดความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว					
4. รู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยว					
5. ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง					
6. รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว					
7. การเดินทางท่องเที่ยวคุ้มค่า					
8. ทำให้ทราบถึงคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเศรษฐกิจ					
9. ท่องเที่ยวได้ทั่วถึง					
10. ทำให้ทราบกฎระเบียบที่ควรปฏิบัติเมื่อมาท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อคำถาม	ระดับแรงงใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1 ความมีชื่อเสียงของวัดพระศรีรัตน- ศาสดาราม					
2 ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูป รัตนปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต					
3 ความสวยงามของพระพุทธรูป รัตนปฏิมากรหรือพระแก้วมรกต					
4 ความน่าสนใจในประวัติความเป็นมา ของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม					
5 ความงดงามของสถาปัตยกรรมของ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม					
6 ความเก่าแก่ของวัดพระศรีรัตน- ศาสดาราม					

อื่น ๆ

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามในแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล นางสาวนารี ศิษย์ธานนท์
ที่อยู่ บ้านเลขที่ 44/55 ซอยวุฒากาศ 32 ถนนวุฒากาศ แขวงบางค้อ
เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ
สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

พ.ศ. 2551 ศึกษาต่อระดับปริญญาโทบริหาร
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน บริษัท เพนต้า 591 จำกัด (บริษัทในเครือ BITEC)

