

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สารนิพนธ์
ของ
นภาพรรณ อรุณจันทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

สิงหาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

ของ

นภาพรรณ อรุณจันทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

สิงหาคม 2550

นภาพรรณ อรุณจันทร์. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ไมตรี อภิ พัฒนะมนตรี

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน สำหรับการ วิเคราะห์ข้อมูลใช้การคำนวณ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติ ไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทางมา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวพระนครศรีอยุธยา คือ 1-5 ครั้ง โดยมากับ ครอบครัว เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยม ท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ และส่วนใหญ่ไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยคือ 1,000-1,500 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนเท่ากับ 10,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากและปานกลาง ในภาพรวมของปัจจัยด้านราคา ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับมากและปานกลาง

ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05 สรุปผลได้ว่า

1. รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้าง คืนและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

2. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการมาท่องเที่ยว

3. ราคาที่พักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการมาท่องเที่ยว

4. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว

5. ราคาพาหนะในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

6. ราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)และระยะเวลาที่พักราค้างคืน

7. วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว

8. โทรศัพท์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักราค้างคืนและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว

9. อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี),ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยวและความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

10. นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)ด้านระยะเวลาที่พักราค้างคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว

FACTORS AFFECTING THAI TOURISTS' BEHAVIOR IN AYUTTAYA PROVINCE

AN ABSTRACT

BY

NAPAWAN ARUNCHAN

Present in Partial Fulfillment of the Requirements for the
master of Economics Degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

August 2007

Napawan Arunchan. (2007). *Factors Affecting Thai Tourists' Behavior in Ayuttaya province.*

Master's Project : M. Econ. (Managerial Economics). Bangkok : graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Maitri Abhibhatanamontri

The purpose of this research was to study the Factors Affecting Thai Tourists' Behavior in Ayuttaya province. Questionnaires were used to collect data of 400 Thai tourists who visit Ayuttaya Province. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and Chi-Square

It was found that most respondents preferred visiting had visited Ayuttaya 1-5 times before. They traveled for recreation on the weekend with family, using personal cars as a transportation. Most of the travelers did not stay overnight, the expense between 1,000-1,500 baht per time for food and beverage.

Results of the research indicated that most respondents were female, 20-29 years of age and had bachelor's degree, Most of them were private companies' employees, the salary between 10,001-20,000 bath

Furthermore, the respondents slightly emphasized on motivation factors in aspects of tour product price and moderately on public relation

The results of the hypotheses testing at the statistical significance level of 0.05 are as follows.

1. Average monthly income has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of average expense/ person stay period and frequency of visit (1 years), tour period and average expense.

2. Occupation has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years) and average expense/ person.

3. Place price has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years) and average expense/ person.

4. Food and beverage has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years) and average expense/ person.

5. Vehicles price has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years).

6. Tour product and souvenir price have relationship with traveling behavior of Them Tourists in Ayuthaya Province in aspect of frequency of visit and stay period.

7. Journals, Magazine, Newspaper has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of average expense/ person and frequency of visit.


8. Television has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of average expense/person and stay period .

9. Internet has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years) ,average expense/ person of frequency of visit and destination in the future.

10. Tour Exhibition has relationship with traveling behavior of Thai Tourists in Ayuttaya Province in aspect of frequency of visit (1 years) stay period and average expense/ person

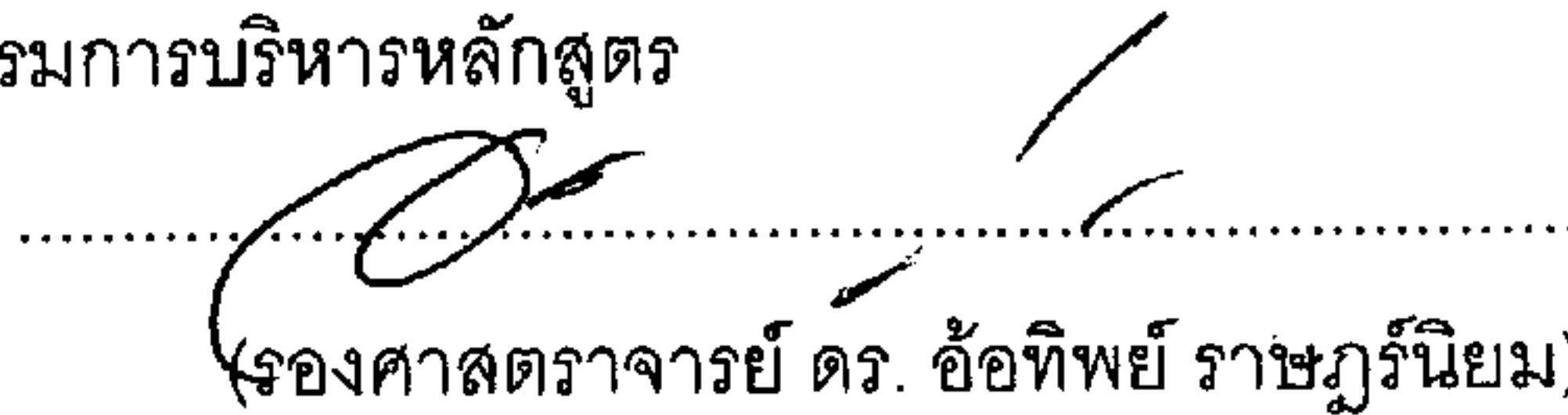
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของ นภาพรรณ อรุณจันทร์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตาม หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของ
มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



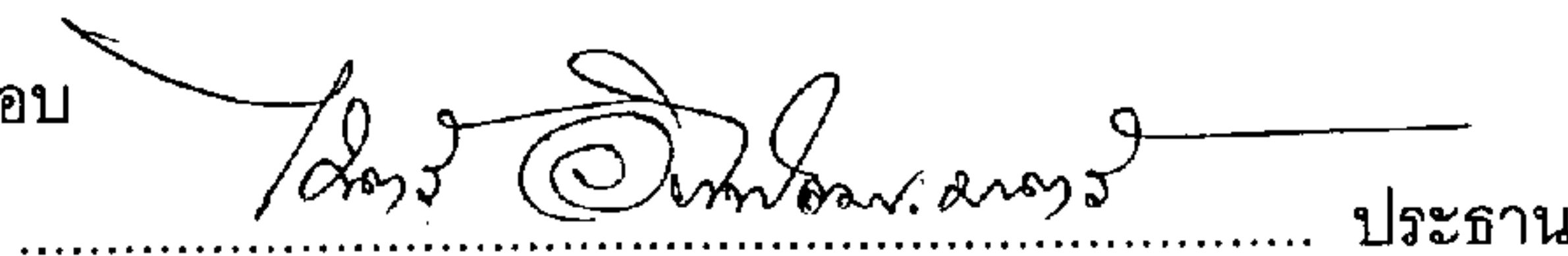
(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



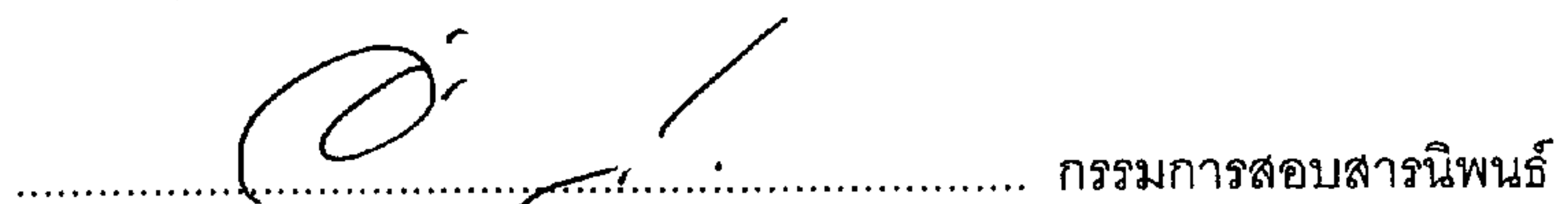
(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราชฎ์นิยม)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราชฎ์นิยม)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ อัศวพล ฮวบเจริญ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิตสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี ที่กรุณาให้คำชี้แนะ และให้คำปรึกษาในการทำวิจัย และได้สละเวลาให้ความช่วยเหลือแนะนำ รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆตั้งแต่เริ่มดำเนินการ จนกระทั่งงานวิจัยนี้เสร็จสิ้นเรียบร้อย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม และอาจารย์อัครพล ฮวบเจริญ รวมทั้งคณาจารย์ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้ต่างๆตลอดเวลาที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล รองศาสตราจารย์ฉลอง สุนทรนนท์ และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 6 ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและช่วยแก้ไขแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และพี่น้อง ที่คอยให้กำลังใจ ขอขอบคุณ คุณวิศิษฐ์ เพียรการคำ ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม ตลอดจนเพื่อนๆทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ที่พึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่คุณบิดา มารดา ผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างแก่ผู้วิจัย และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้ต่างๆให้กับผู้วิจัย และผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นภาพรรณ อรุณจันทร์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	9
สมมติฐานของการวิจัย.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	12
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะของบุคคล.....	13
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	16
ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว.....	18
ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว.....	19
กระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	20
ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	35
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	58
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	61
อภิปรายผล.....	67
ข้อเสนอแนะ.....	73
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก - ตารางแสดงผลการวิเคราะห์	78
ภาคผนวก ข - แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	121
ภาคผนวก ค - รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	127
ภาคผนวก ง - จดหมายขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย	131
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	133

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2544 – 2547.....	2
2 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2548.....	3
3 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2548 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	3
4 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	43
5 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล.....	48
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านราคาของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา..	49
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการ ประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	50
8 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านราคาของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	51

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 1.....	9
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย 2.....	10

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นเงินจำนวนมากในแต่ละปี ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลายประเภท อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความหลากหลายในด้านรูปแบบกิจกรรม เป็นต้นว่า ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่นประเพณีของภาคต่างๆ รวมไปถึงสถาปัตยกรรมอย่างวัดวาอาราม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น และในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ก็ได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2549:ออนไลน์)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในเศรษฐกิจไทยหากจะเทียบกับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นอันดับแรกๆ ของโลก เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวประมาณ 27-50 ล้านคนต่อปี ประเทศไทยนับว่ายังเล็กมาก เพราะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงประมาณ ๕ ล้านคน แต่ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียซึ่งมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และประเทศที่มีสิ่งมหัศจรรย์ติดอันดับโลก เช่น อียิปต์ (มีนักท่องเที่ยว 2.6 ล้านคน) และอินเดีย (1.8 ล้านคน) ก็นับว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จสูงมาก รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างจะมีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ของ GDP (รายได้ประชาชาติ) ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ใน อาเซียน ยกเว้นสิงคโปร์ (ร้อยละ 11.4 ของ GDP)ความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยหรือยุคทองของ การท่องเที่ยวเพิ่งจะเริ่มในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) โดยมีรายได้จาก การท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในปีสุดท้ายของแผนฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549: ออนไลน์)

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงเช่นนี้ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นสเปนแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกในทศวรรษหน้า ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยมี อัตราเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.5 ต่อปี แต่สำหรับภูมิภาคเอเชียจะมีอัตราการเจริญเติบโตถึงร้อยละ 12 ต่อปี เพราะเป็นศูนย์กลางการลงทุนและการค้าของโลก ประเทศไทยยังคงได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน เนื่องจากมีความสามารถในการรองรับด้านที่พักมากกว่า ดังนั้น หากประเทศไทยมีระบบการจัดการที่ดี รวมทั้งการบริหารทางการเมือง การปกครอง

ประเทศไทยจะยังคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสูงสุดใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549: ออนไลน์)

ทุกวันนี้เมื่อนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานเมืองประวัติศาสตร์ คนไทย 9 ใน 10 คน ต้องนึกถึงจังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือกรุงเก่า ทั้งทั้งอยุธยาเต็มไปด้วยโบราณสถานนับร้อยแห่ง ด้วยเหตุนี้กรมศิลปากรจึงประกาศให้อยุธยาเป็นเมืองประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 ต่อมาได้รับการยกฐานะจากองค์การยูเนสโกให้เป็น "มรดกโลกทางวัฒนธรรม" ในปี พ.ศ. 2543อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยาเป็นอุทยานฯที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมมากที่สุดในประเทศ อยุธยาเมืองลุ่มน้ำลำคลองจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะอยู่ห่างกรุงเทพฯประมาณ 70 กม. การเดินทางสะดวกสบายทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และทางเรือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549: ออนไลน์)

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2544 – 2547

จำนวนนักท่องเที่ยว	2544	2545	2546	2547
ชาวไทย	3,309,174	3,358,610	3,452,264	3,831,950
ชาวต่างชาติ	2,294,482	2,309,110	1,970,950	2,215,916
รวม	5,603,656	5,667,720	5,423,214	6,047,866

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2548). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง

จากตาราง 1 พบว่า ในปี 2544 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวน 3,309,174 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 2,294,482 คน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2544 เท่ากับ 5,603,656 คน ในปี 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 3,358,610 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2,309,110 คน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2545 เท่ากับ 5,667,720 คน และในปี 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 3,452,264 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 1,970,950 คน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2546 เท่ากับ 5,423,214 คน และในปี 2547 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 3,831,950 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2,215,916 คน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2547 เท่ากับ 6,047,866 คน จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2544 กับปี 2547 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 444,210 คน

ตาราง 2 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2548

รายการข้อมูล	2548
นักท่องเที่ยวไทย(คน)	2,158,228
รายได้ (ล้านบาท)	2,745.17

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548) สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง

จากตาราง 2 พบว่า ในปี 2548 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 2,158,228 คน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเงินจำนวน 2,745.17 ล้านบาท

ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2548 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถานที่ท่องเที่ยว	สัดส่วนของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยม 10 อันดับแรก		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
1. วัดใหญ่ชัยมงคล	29.60	25.31	28.15
2. วัดพนัญเชิงวรวิหาร	30.60	12.90	24.61
3. วิหารพระมงคลบพิตร	25.77	17.10	22.84
4. วัดพระศรีสรรเพชญ์	20.29	20.82	20.47
5. ปางช้างอยุธยา/นั่งช้าง	16.50	23.94	19.02
6. พระราชวังบางปะอิน	6.90	17.24	10.40
7. วัดมหาธาตุ	3.21	17.99	8.21
8. วัดหน้าพระเมรุ	6.16	11.06	7.81
9. วัดไชยวัฒนาราม	5.14	8.28	6.20
10. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา	4.34	7.61	5.45

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2548). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง

จากตาราง 3 พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน พระราชวังและพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุด คือ วัดใหญ่ชัยมงคล

ผู้วิจัยทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวและส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทราบถึงปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. ทราบถึงปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยการคำนวณจากสูตรของ Yamane (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ 2548:48) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด มีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างมีค่า 0.5

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน

โดยมีวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยว 10 แห่ง ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548:184. สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคกลาง) ดังนี้ 1. วัดใหญ่ชัยมงคล 2. วัดราชบูรณะ 3. วัดมงคลบพิตร 4. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 5. วัดมหาธาตุ 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร 7. ปางช้างอยุธยา 8. พระราชวังบางปะอิน 9. วัดหน้าพระเมรุ 10. วัดไชยวัฒนาราม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ละ 40 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายข้อที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 รายได้ต่อเดือน (เฉพาะของท่าน)

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 5,000 – 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,000 บาทขึ้นไป

1.2 อาชีพ

- รับราชการ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- นักเรียนนักศึกษา
- ประกอบอาชีพส่วนตัว
- แม่บ้าน
- อื่นๆ(โปรดระบุ)

2. ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายข้อที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การ

ท่องเที่ยว

- ราคาที่พัก

- ราคาอาหารและเครื่องดื่ม
- ราคาพาหนะในการเดินทาง
- ราคาของสินค้าและของที่ระลึก

3. ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายข้อที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

- วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์
- โทรทัศน์
- อินเทอร์เน็ต
- นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำต่างๆของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและใช้บริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว ในงานวิจัยครั้งนี้ตัวแปรที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว, ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต, การไปท่องเที่ยวมาแล้ว, ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว, วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว, สถานที่ท่องเที่ยว, ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว, พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง, กิจกรรมที่ทำในการมาท่องเที่ยว

2. **การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

3. **นักท่องเที่ยวไทย** หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งที่พักค้างคืนและไม่พักค้างคืน โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวต่างๆกัน เช่น การพักผ่อน, เล่นกีฬา, การประชุม, สัมมนา, เป็นต้น

4. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย** หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

5. **ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ

6. **ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** หมายถึง ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง, ราคาของสินค้าและของที่ระลึก

7. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การส่งข่าวสาร หรือข้อมูลการท่องเที่ยวของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปยังนักท่องเที่ยว เป็นการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งก่อนและหลังการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเป็นการรับ ข้อมูลผ่านสื่อด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต , นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว

8. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) หมายถึง จำนวนครั้งที่ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระยะเวลา 1 ปี

9. ระยะเวลาที่พักรักษาตัว หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพักรักษาตัวตามสถานที่พัก ต่างๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ 1-2 คืน, 3-4 คืน, 5 คืนขึ้นไป

10. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆที่ นักท่องเที่ยวใช้จ่ายไประหว่างทำการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งแต่ต้นจนจบ

11. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต หมายถึง ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก ภายหลังจากที่ได้เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

12. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ครอบครัว/ญาติ, เพื่อน, บริษัทนำเที่ยว, ที่ทำงาน

13. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง จุดมุ่งหมายหลักที่ทำให้เกิดการเดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 7 วัตถุประสงค์ ได้แก่ ท่องเที่ยว/พักผ่อน, ทำบุญ/ไหว้พระ, ศึกษาวีถีชีวิตความเป็นอยู่และศิลปวัฒนธรรม, เยี่ยมญาติ/เพื่อน, ประชุม/สัมมนา, ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุระ

14. สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมดที่ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

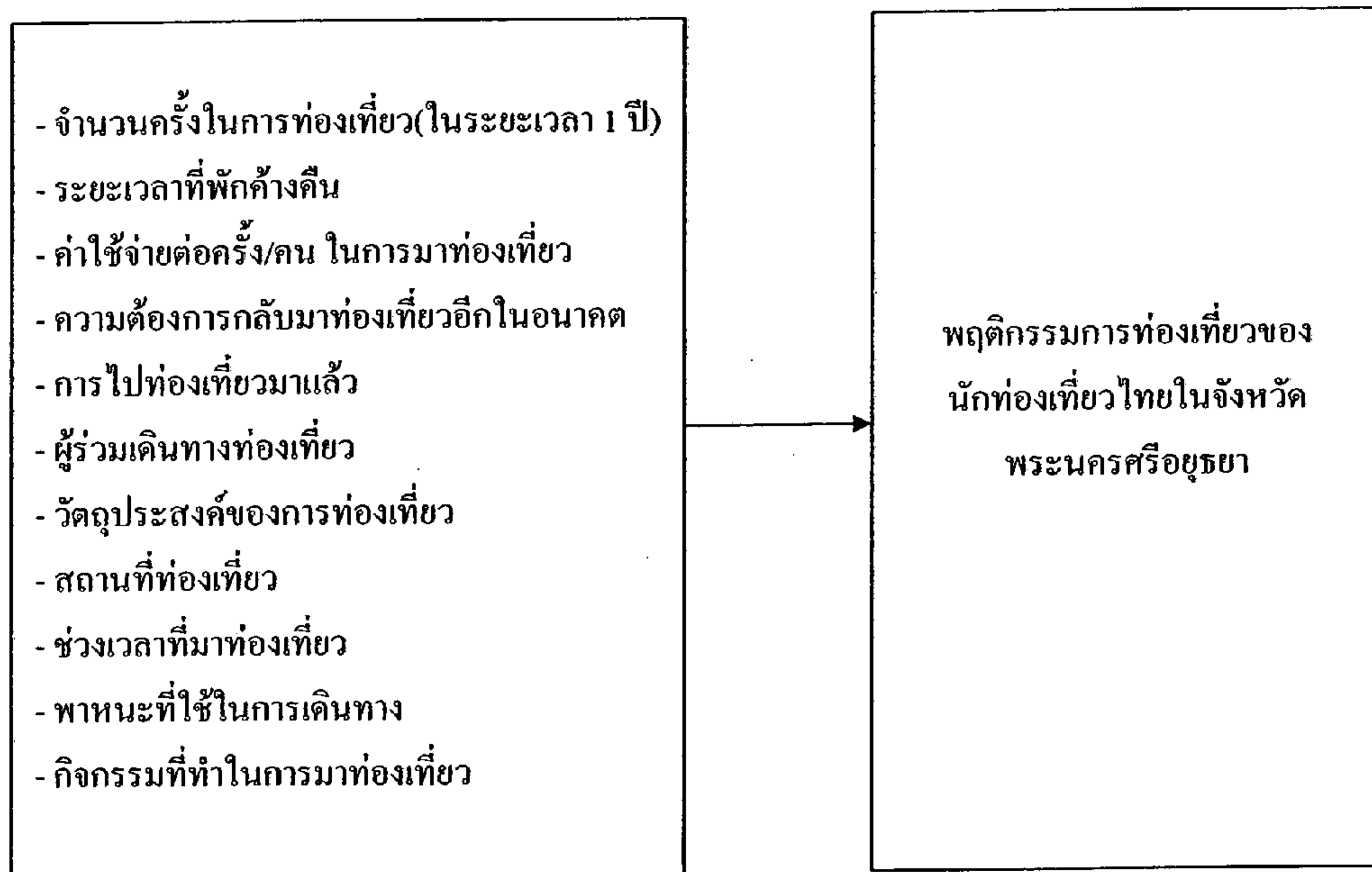
15. ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว หมายถึง ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น วันธรรมดา, วันหยุดสุดสัปดาห์, วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ, วันหยุดพักร้อน, ช่วงที่มีเทศกาลงานประจำปี

16. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง หมายถึง พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ รถส่วนตัว, รถนำเที่ยว, รถโดยสารประจำทาง , รถไฟ, เรือ เป็นต้น

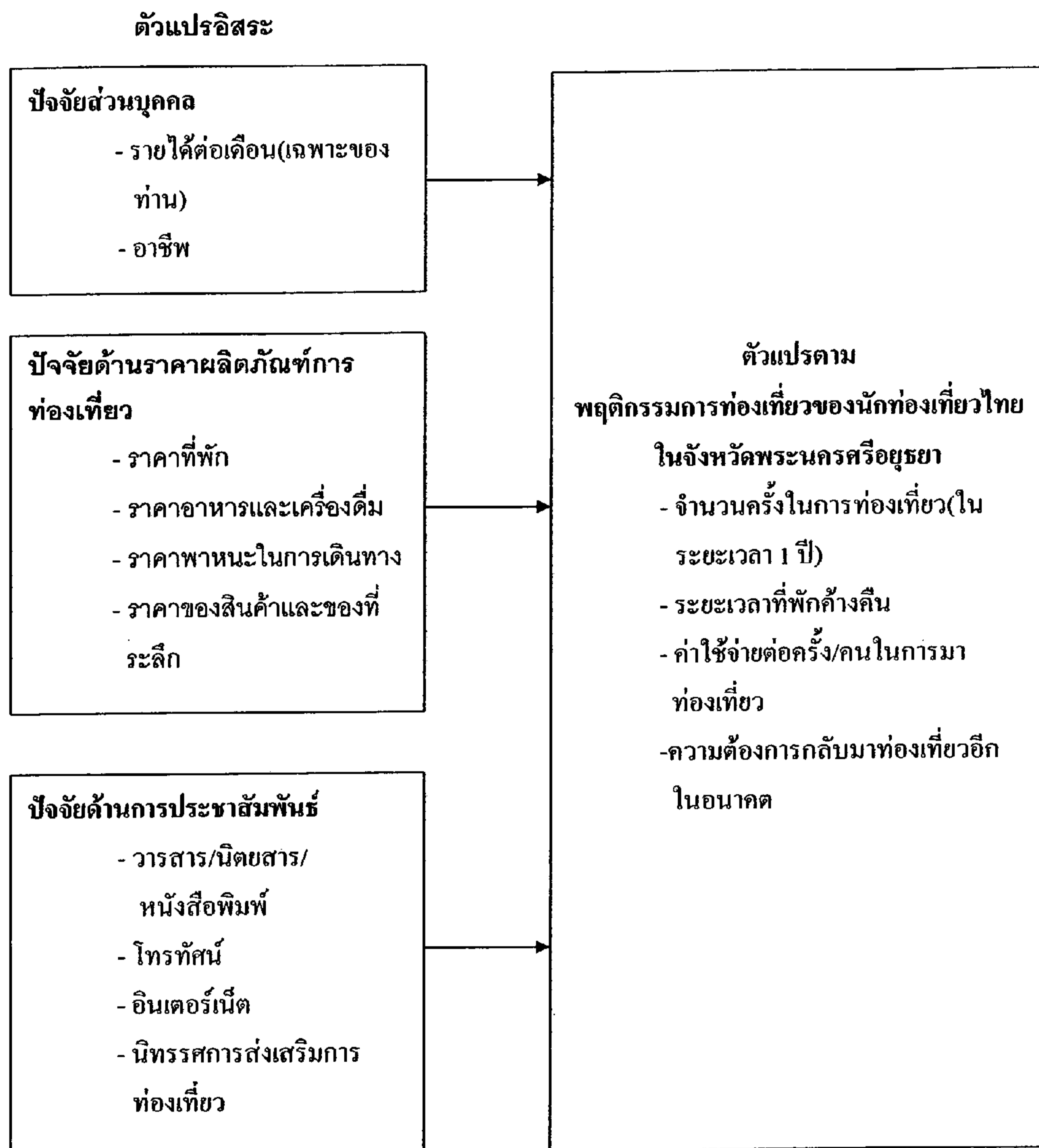
17. กิจกรรมที่ทำในการมาท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำที่ทำในระหว่างการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น ไหว้พระ,ชมโบราณสถาน,รับประทานอาหาร,ซื้อของฝาก,นั่งเรือ,ขี่จักรยาน เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 ศึกษาตามความมุ่งหมายข้อ 1 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพประกอบ 2 ศึกษาตามความมุ่งหมายข้อ 2-4

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ปัจจัยด้านราคามลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง , ราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต ,นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะของบุคคล
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว
6. ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
7. กระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
8. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .2541 : 125-126)

1.1 ความหมายของพฤติกรรม

คำว่าพฤติกรรม (Behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

เดล แอล. ฮาวกินส์, โรเจอร์ เจ. เบตส์, เคนเนตต์ เอ. โคนี (Del L. Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney 1986 : 5) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย การจัดซื้อ, สถิติประชากรและโครงสร้างของสมาชิกในครอบครัว, ความต้องการ ราคา และบุคลิกภาพ, ผู้มีอิทธิพลในมโนไหวในการซื้อ, กระบวนการข่าวสารและโครงสร้างการตัดสินใจ ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของความต้องการของผู้บริโภคและการทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

ลิน แอล. พายส์, อีริกส์ เจ. อนอล, โกลส์ เอ็ม. ซินแกรนด์ (Lind L. Price, Eric J. Arnould, George M. Zinkhan.2004 : 9) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย การใช้และการจับจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์, การบริการ, ความคิดและประสบการณ์

จากความหมายของพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ซึ่งตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกร่างกาย โดยการแสดงออกของบุคคล ความต้องการของแต่ละบุคคล การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถสนองตอบความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

1.2 ลักษณะของผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) เป็นหน่วยเศรษฐกิจที่ทำหน้าที่ในการจับจ่ายใช้สอย ด้วยงบประมาณจำนวนหนึ่ง อาจจะประกอบด้วยคนๆ เดียว สองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดว่าในงบประมาณที่มีอยู่นั้นควรจะใช้จ่ายเท่าไร และใช้จ่ายอย่างไร จากการใช้จ่ายเพื่อบริโภคของผู้บริโภคทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ มากมาย

ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่มีการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล มักจะมีกฎเกณฑ์และข้อสมมติฐานในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุด (Maximize Satisfaction) บุคคลที่ได้ชื่อว่าเป็นมนุษย์เศรษฐกิจ จะมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อและบริการที่ทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุด และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการนั้นในงบประมาณที่มีอยู่

2. งบประมาณของผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำนวนจำกัด จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคา และปริมาณของสินค้า จะพบว่าในผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะชอบเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูก และได้ของในปริมาณมากจึงใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อนาน ตรงข้ามกับผู้บริโภคที่มีงบประมาณอย่างไม่จำกัด มักจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องราคา และจำนวนปริมาณของสินค้าและบริการนั้นมักจะมุ่งสู่ความพอใจเป็นหลักสำคัญ

3. ประโยชน์ส่วนเพิ่ม ผู้บริโภคจะคำนึงถึงประโยชน์ส่วนที่เพิ่มเข้ามา นอกจากที่มีอยู่แล้ว หรือที่เรียกว่าผลพลอยได้ สินค้าที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้านั้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คุณค่าของสินค้าในความรู้สึกของผู้บริโภคจะลดลงตามลำดับ

4. สินค้าต่างชนิดกัน ผู้บริโภคย่อมมีความพอใจที่จะได้บริโภคสินค้าหลายชนิดแตกต่างกันไป ตามจำนวนที่สามารถจะบริโภคได้ เป็นการแบ่งรายได้ใช้จ่ายในรายการหลายๆ รายการเพื่อการดำรงชีวิตและปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจ โดยได้รับความพอใจจากการบริโภค

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะของบุคคล(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .2541: 145-151)

การตัดสินใจซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อซึ่งมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคนส่วนมากในสังคมและเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐานโดยส่วนมากของบุคคล เป็นสิ่งที่ปลูกฝังโดยเริ่มจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม

1.2 วัฒนธรรมย่อย หรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของบุคคลบางกลุ่ม ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับจากสมาชิกกลุ่ม

1.3 ระดับชั้นในสังคม เช่น ฐานะ การศึกษาหรืออาชีพ เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นในสังคมนั้นๆ

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

2.1 กลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยกลุ่มที่มีผลโดยตรงนั้นจะเรียกว่า Membership Groups ซึ่งจะประกอบด้วย Primary Groups เช่น ครอบครัว เพื่อน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ติดต่ออย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการ และ Secondary groups เช่น ศาสนา อาชีพ เป็นกลุ่มที่มีการติดต่อกันอย่างเป็นทางการแต่ไม่ได้มีการติดต่อกันเป็นประจำ

2.2 ครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.3 บทบาทและสถานะ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงองค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่

3.1 อายุ การที่มีอายุที่แตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น

3.2 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าที่แตกต่างกันออกไป

3.3 รายได้ รายได้ของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการต่างๆที่เขาตัดสินใจซื้อ บุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าต่างกัน

3.4 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริโภคผู้บริโภค (สุบัญญัติ ไชยชาญ .2542 :113-123)

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริโภคของผู้บริโภคกว้างขวางที่สุดซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมหลัก เป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกกลุ่มหรือทุกสังคมของมนุษย์และเป็นกลุ่มที่ก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้และพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะ

ถ่ายทอดให้แก่กัน ซึ่งแต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมหลักเป็นของตนเอง ดังนั้นพฤติกรรมการณ์การซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมจึงแตกต่างกัน

1.2 อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่รวมกันเข้าเป็นสังคมกลุ่มใหญ่ อนุวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

1.2.1 อนุวัฒนธรรมทางเชื้อชาติ การที่สังคมใหญ่ประกอบไปด้วยคนหลายเชื้อชาติ ทำให้กลุ่มคนแต่ละเชื้อชาติมีธรรมเนียมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะในด้านภาษา ขนบประเพณี อาหาร เป็นต้น

1.2.2 อนุวัฒนธรรมตามท้องถิ่น ในสังคมใหญ่ประกอบไปด้วยคนหลายกลุ่มจากหลายท้องถิ่นเข้ามาอยู่รวมกัน คนแต่ละท้องถิ่นจะมีการแสดงออกบางประการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตน

1.2.3 อนุวัฒนธรรมทางอายุ ในสังคมหนึ่งจะประกอบไปด้วยคนหลายวัย โดยทั่วไปมักแบ่งเป็นวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา แต่ละวัยต่างมีความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์และโลกทัศน์แตกต่างกันไป

1.2.4 อนุวัฒนธรรมทางอาชีพ แต่ละอาชีพมีแบบแผนพฤติกรรมบางประการต่างกันอย่าง

1.3 ชั้นชน หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีรายได้ อาชีพ การศึกษา หรือชาติตระกูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน

ชั้นชนของผู้บริโภคในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะ ดังนี้

- ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน
- สถานภาพของผู้บริโภคจะสูงหรือต่ำ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะถูกจัดอยู่ในชั้นชน

ไหน

- ชั้นของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว เช่น อาชีพ

รายได้ การศึกษา และค่านิยม เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้บริโภค เป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต และบุคลิกภาพ

3.1 อายุ พฤติกรรมการณ์การตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวัยทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด วัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง วัยผู้ใหญ่มี

รายได้เป็นของตนเอง อำนวยในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด และวัยชราการเลือกซื้อจะเลือกซื้อจากความคิดเห็นจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน

3.2 อาชีพ อาชีพของบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์แตกต่างไปจากผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นักธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลา หากขับรถด้วยตนเองอาจเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ทำให้ต้องบริโภคบริการของพนักงานขับรถ

3.3 รายได้ส่วนบุคคล รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะนำรายได้ในส่วนที่เหลือจากการออมและการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพไปซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย

จากความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวก็คือผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมีอยู่หลายด้านด้วยกันทั้งทางด้านอายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวอย่างไร ผู้ศึกษาจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ รวมถึงมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาแล้วเพื่อใช้เป็นพื้นฐานข้อมูลในการทำความเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่จะศึกษาได้

4. ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (ฐสิทธิ์ ชูชาติ .2546: 1-5)

จี และ คณะ (Gee;et al.1984 : 14) อธิบายถึงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ดังนี้

1.ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน โรงแรมและที่พัก การขนส่ง ภัตตาคารและร้านค้าปลีก

2.ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว วารสารและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว บริษัทที่ทำการศึกษาค้นคว้าการพัฒนาการท่องเที่ยว

3.หน่วยงานหรือองค์กรของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษาที่ให้การศึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เฮนเนตท์ เวตเนอร์ , สเตฟาน คลิน(Hannes Werthner ,Stefan Klein .1984 : 49) กล่าวว่า ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ส่วนประกอบทางวัตถุ เช่น ผู้ขนส่ง, สิ่งอำนวยความสะดวก, ร้านอาหาร , โครงสร้างพื้นฐานของจุดหมายปลายทาง

2. ส่วนประกอบของบริการ เช่น ข่าวสารทางการท่องเที่ยว, การบริการห้องพัก, ข้อมูลของการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมิได้เน้นการให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของการท่องเที่ยวว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจ หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยว การอธิบายความหมายของการท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่างๆแก่นักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจําหน่าย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ และประการสุดท้ายคือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆแต่มิใช่การประกอบอาชีพและตั้งถิ่นฐานเป็นการถาวร (ม.ล.ดุษฎี ชุมชาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี .2527:6)

4.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ
3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา

4.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว (โกมุทพันธุ์ ผลสินธุ์ .2542:2-3)

1. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนไม่ได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหารายได้
2. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และเพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อน พักผ่อน ศึกษากิจกรรมทางศาสนา การกีฬา ธุรกิจ เยี่ยมครอบครัว ร่วมการประชุมหรือสัมมนา ฯลฯ
3. นักทัศนอาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง รวมทั้งนักเดินทางทางเรือที่เรือแวะมาพักจอดด้วย

5. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว (นิคม จารุมณี .2535 : 87-92)

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวข้อมูลพื้นฐานนักท่องเที่ยวที่ควรพิจารณาเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ มีดังนี้ (นิคม จารุมณี .2535 : 87-92)

1. ประเทศต้นกำเนิดของนักท่องเที่ยว คือการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นกำเนิดของนักท่องเที่ยว
2. จำนวนนักท่องเที่ยว คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง ช่วยให้ทราบถึงความต้องการเป็นรายปี รายเดือนหรือฤดูกาลของนักท่องเที่ยว
3. ระยะเวลาที่พำนัก คือ ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้พำนักอยู่ในประเทศที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว ยิ่งนานวันนักท่องเที่ยวพำนัก ก็ยิ่งเพิ่มความต้องการสูงในด้านโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวตามไปด้วย ทำให้มีการใช้จ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น
4. จำนวนวันที่พัก คือ จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลจำนวนวันที่พักจะช่วยกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยวต่ออุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จอดรถ สวนสาธารณะ ชายหาด หรือแหล่งพักผ่อนต่างๆ นักธุรกิจด้านที่พักสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวนี้เพื่อการวางแผนการสร้างโรงแรมแห่งใหม่ในด้านขนาด จำนวนห้อง และอุปกรณ์ต่างๆหรือเพื่อใช้ในการวางแผนการขยายโรงแรมแห่งเก่าเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
5. ค่าใช้จ่ายต่อบุคคล คือ ค่าใช้จ่ายต่อคนที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายระหว่างพำนักในแหล่งท่องเที่ยว
6. เหตุผลที่มาท่องเที่ยว
7. ประเภทของสถานที่พักที่ต้องการ เช่น โรงแรม บังกะโล บ้านพัก เป็นต้น
8. ประเภทของยานพาหนะที่ใช้ เช่น เครื่องบิน รถยนต์ รถไฟ เรือ เป็นต้น
9. ระยะเวลาการเดินทางเข้ามาถึง คือ การกำหนดช่วงสูงสุดและช่วงต่ำสุด ในรอบหนึ่งปีที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาและเดินทางกลับออกไป
10. ข้อมูลทางเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว เช่น อายุ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว อาชีพ และระดับของรายได้ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะให้ข่าวสารเป็นประโยชน์ต่อกรให้ความรู้เบื้องต้นแก่ผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งมีภูมิหลังคล้ายคลึงหรือเหมือนกับกลุ่มที่เคยเดินทางท่องเที่ยวมาก่อนแล้ว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ (นิคม จารุมณี .2535 : 2-7)

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร และธุรกิจการจัดนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ บริการต่างๆรวมทั้งความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่างๆ เป็นต้น วัตถุประสงค์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน ผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็คือ บริการที่นักท่องเที่ยวได้รับในรูปแบบต่างๆและก่อให้เกิดความพึงพอใจ และยังมุ่งเน้นในเรื่องของการมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักมากขึ้น มีระยะเวลาการพักค้างคืนยาวนานขึ้นและมีการใช้จ่ายสูงขึ้น

6. ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (สุบัญญัติ ไชยชาญ .2542 : 57)

1.ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการที่นำมาผนวกเข้ากัน เพื่อนำไปเสนอต่อตลาดเป้าหมาย และต่อผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการบริโภคหรือซื้อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวจะต้องสร้างความพึงพอใจ ความต้องการและความปรารถนาแก่ลูกค้า

2. ราคา หมายถึง เงินที่ลูกค้าต้องจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค

3. สถานที่ หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่จะต้องกระทำเพื่อให้ตลาดเป้าหมายมีความสะดวกในการซื้อ เช่น การแนะนำ

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารที่ส่งข่าวสารออกไปเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียง และเพื่อชักจูงให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาซื้อไปบริโภค กิจกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง ซึ่งอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตร ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคาร

บ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น

จากการศึกษาความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวข้างต้น ทำให้ทราบถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่ามีหลายความหมาย ซึ่งแต่ละความหมายมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน คือเป็นการเดินทางจากที่พักเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความพอใจของแต่ละคน ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีอยู่หลายประเภท เช่น โรงแรม ภัตตาคาร การขนส่ง เป็นต้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวข้างต้นเพื่อให้เข้าใจความหมาย วัตถุประสงค์ รูปแบบ ต่างๆของการท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไร ประเภทของนักท่องเที่ยว ลักษณะของการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ต่อการศึกษาดังพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

7. กระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว .2545: 264-266)

7.1 การประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว .2545: 273-282)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) จะถูกใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ แนวคิด และกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆขององค์กร เช่น ธุรกิจทางการท่องเที่ยวใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการฟื้นความสนใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตกต่ำลง การใช้การประชาสัมพันธ์ของประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนเพื่อให้เข้ามาท่องเที่ยวหรือลงทุนในประเทศ หรือการที่บริษัทใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการกับวิกฤติที่เกิดขึ้นจากการเข้าใจผิดในตัวผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้หรือทดลองใช้ก่อนการใช้งานจริงได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเสี่ยงต่อการไม่ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวลูกค้าจึงมักอาศัยการแสวงหาข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยวจริงเพื่อทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิธีการที่จะช่วยให้องค์การทางการท่องเที่ยวสามารถให้สารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์การทางการท่องเที่ยวไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

7.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ในเรื่องราวต่างๆของกิจการ ได้แก่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน กิจกรรม ระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สาธารณชนได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องและเกิดความเชื่อถือในกิจการ โดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1.1 เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจของสาธารณชนต่อกิจการ โดยการเผยแพร่และชี้แจงผ่านสื่อต่างๆเพื่อให้สาธารณชนได้รู้และเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆขององค์การ

1.2 เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับสาธารณชน เพื่อให้องค์การได้รับความสนับสนุนและเพื่อความอยู่รอดขององค์การ รวมทั้งกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดความนิยม เชื่อถือไว้วางใจ และศรัทธา ในนโยบายและการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆขององค์การ เพื่อให้กิจการดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น

1.3 เพื่อสร้าง ปกป้อง และรักษาชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้กับองค์การต่อสาธารณชน

1.4 เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชนทั้งจากสาธารณชนภายในและสาธารณชนภายนอก

2. วัตถุประสงค์เฉพาะ (Specific Objective) ได้แก่

2.1 เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวลือในด้านลบขององค์การ โดยจะทำการค้นหาสาเหตุและขจัดแหล่งต้นตอ โดยหาทางทำความเข้าใจและชี้แจงเหตุผล

2.2 เพื่อเผยแพร่คุณงามความดีของกิจกรรม

2.3 เพื่อส่งเสริมและชักจูงใจสาธารณชนให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์การ

2.4 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้ทราบถึงทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดที่สาธารณชนมีต่อองค์การ

2.5 เพื่อขจัดปัญหาความยุ่งยากต่างๆภายในหน่วยงาน

7.3 เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การเลือกเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ในกรณีใดก็ตามต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่เป็นตัวกำหนดเครื่องมือหรือสื่อที่จะใช้ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร ตัวข่าวสารเอง องค์ประกอบด้านเวลา และงบประมาณขององค์การ โดยปกติการประชาสัมพันธ์มักจะใช้สื่อมากกว่าหนึ่งอย่าง ประเภทของเครื่องมือหรือสื่ออาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่

1. สื่อที่สามารถควบคุมได้ (Controlled Media) เป็นสื่อที่องค์กรสามารถควบคุมได้อย่างสมบูรณ์ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบ การผลิต และวิธีการเผยแพร่ไปสู่สาธารณชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น กระดานป้าย เป็นต้น

2. สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrolled Media) เป็นสื่อที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากองค์กรไม่ใช่เจ้าของสื่อเหล่านี้ ลักษณะของสื่อแบบนี้จะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงสาธารณชนจำนวนมากได้ หรือเรียกว่าสื่อมวลชน (Mass Media) ตัวอย่างเช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ประเภทของเครื่องมือหรือสื่อ เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งได้เป็น

1. สื่อประเภทคำพูด (Spoken Word) หรือสื่อส่วนบุคคล (Personal Media) เป็นการสื่อสารด้วยวาจาหรือคำพูด ท่าทางประกอบ น้ำเสียง แววตา หรือสีหน้า ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น การพูดหรือคำพูดเป็นสื่อที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์สามารถนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงสาธารณชนอย่างกว้างขวางทั้งในเมืองหลวงและในภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศไทย วิทยุเป็นสื่อที่มีราคาถูก ดังนั้นประชาชนจึงมีความสามารถจะมีวิทยุได้ดังนั้นวิทยุจึงเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง กว้างขวาง และรวดเร็ว

3. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสื่อได้ทั้งภาพและเสียง และสามารถเข้าถึงกลุ่มสาธารณชนเป็นจำนวนมากเพราะในปัจจุบันแทบทุกครัวเรือนมีและในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมใช้สื่อโทรทัศน์ในการถ่ายทอดข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

4. หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมาก และมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีราคาถูกและสามารถเปลี่ยนเนื้อหาได้บ่อยครั้งตามต้องการ การประชาสัมพันธ์ใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชน สำหรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์ในรูปแบบหนังสือพิมพ์

5. วารสาร คือสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม ซึ่งองค์การจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเรื่องราวต่างๆแก่สาธารณชน โดยมีการกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอนและต่อเนื่องกันไปวารสารสามารถใส่เนื้อหาเรื่องราวต่างๆได้มากมายหลายประเภทตามความต้องการขององค์การ จึงเป็นเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งโดยตรงต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ มีเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม และสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้เป็นจำนวนมาก

6. นิตยสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญ นิตยสารมีรูปเล่มที่น่าสนใจ เพราะมีความกะทัดรัดและสวยงาม มีระบบการพิมพ์ที่ประณีต ทำให้นิตยสารเป็นสื่อที่ดึงดูดใจและจูงใจสำหรับผู้อ่าน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี

7. สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยจะอยู่ในรูปของจดหมายข่าว จดหมายและถ้อยแถลง แผ่นปลิวและใบแทรก โปสเตอร์และแผ่นป้ายประกาศ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า กระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพราะเป็นสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป ผู้วิจัยจึงได้นำกระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ผู้วิจัยจะต้องทำความเข้าใจในเรื่องของ ความหมาย ประเภท ลักษณะต่างๆ ของกระบวนการสื่อสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถเลือกตัวแปรมาใช้ได้อย่างถูกต้อง

8. ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .2549: ออนไลน์)

กล่าวถึงสภาพโดยทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านต่างๆ ประกอบด้วย ประวัติสภาพภูมิอากาศ สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นและเห็นภาพโดยรวมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อยุธยาเป็นราชธานีที่มีอายุยืนยาวที่สุด คือ 417 ปี ประกอบด้วย 5 ราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททองและราชวงศ์บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 22 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลา 417 ปีที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย ไม่ได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดแห่งชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างสรรคอารยธรรมของหมู่มวลมนุษยชาติซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่นานาอารยประเทศอีกด้วย องค์กรยูเนสโก โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2519 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆ ได้ทำร่วมกัน

สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ได้แก่ วัดและพระราชวังต่างๆ พระราชวังในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอยู่ 3 แห่ง คือ พระราชวังหลวง วังจันทร์เกษมหรือวังหน้าและวังหลัง นอกจากนี้ยังมีวังและตำหนักนอกอำเภอพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นที่สำหรับเสด็จประพาส ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน ในเขตอำเภอบางปะอิน และตำหนักนครหลวง ในเขตอำเภอนครหลวง

ภูมิประเทศของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทางด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ แม่น้ำป่าสักไหลผ่านทางทิศตะวันออกและ

แม่น้ำลพบุรี(ปัจจุบันเป็นคลองเมือง)ไหลผ่านทางด้านทิศเหนือ แม่น้ำทั้ง 3 สายนี้ไหลมาบรรจบกันโอบล้อมรอบพื้นที่ของตัวเมืองพระนครศรีอยุธยา ตัวเมืองจึงมีลักษณะเป็นเกาะ มีบ้านเรือนปลูกเรียงรายหนาแน่นตามสองข้างฝั่งแม่น้ำแสดงถึงวิถีชีวิตของผู้คนที่ผูกพันอยู่กับสายน้ำมายาวนาน

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี อ่างทองและสระบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี และนนทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี

การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้หลายเส้นทาง ดังนี้

- ใช้ทางหลวงหมายเลข 1(ถนนพหลโยธิน) ผ่านประตูน้ำพระอินทร์แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข32 เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 309 เข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ใช้ทางหลวงหมายเลข 304 (ถนนแจ้งวัฒนะ) หรือทางหลวงหมายเลข 302 (ถนนวงศัควาน)
- ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปทุมธานี ทางหลวงหมายเลข 347 แล้วไปแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 3309
- ใช้ทางด่วนหมายเลข 9 (ทางด่วนศรีรัช) ผ่านนนทบุรี-ปทุมธานี ลงทางด่วนเข้าทางด่วนหมายเลข 1

รถโดยสาร บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น1และชั้น2 ไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกวัน ตั้งแต่เวลา 04.30 น. – 19.30 น. รถออกทุกๆ 15 นาที

รถไฟ สามารถใช้บริการรถไฟโดยสารที่มีปลายทางสู่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีบริการทุกวัน ขบวนรถไฟจะผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในเขตอำเภอบางปะอินและอำเภอพระนครศรีอยุธยา

เรือ การเดินทางไปยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศมาก บริการเรือนำเที่ยวไปยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีหลายบริษัทด้วยกัน เช่น บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด เรือโนราห์ 2 เรือมิตรเจ้าพระยา เรือเมขลา เป็นต้น

ระยะทางจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปยังจังหวัดใกล้เคียง

อ่างทอง	31	กิโลเมตร
สุพรรณบุรี	53	กิโลเมตร
สระบุรี	63	กิโลเมตร
สิงห์บุรี	71	กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .2549: ออนไลน์)

อำเภอพระนครศรีอยุธยา

วัดใหญ่ชัยมงคล เดิมชื่อวัดป่าแก้วหรือวัดเจ้าพระยาไทย ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำป่าสัก จากกรุงเทพฯ เข้าตัวเมืองอยุธยาแล้วจะเห็นเจดีย์วัดสามปลื้ม (เจดีย์กลางถนน) ให้เลี้ยวซ้ายตรงไปประมาณ 1 กิโลเมตร จะเห็นวัดใหญ่ชัยมงคลอยู่ทางซ้ายมือ วัดนี้ตามข้อมูลประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่าพระเจ้าอู่ทองทรงสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1900 สำหรับเป็นสำนักของพระสงฆ์ซึ่งไปบวชเรียนมาแต่สำนักพระวันรัตน์มหาเถรในประเทศไทยลังกา ในปี พ.ศ. 2135 เมื่อสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงทำศึกยุทธหัตถีชนะพระมหาอุปราชาแห่งพม่าที่ตำบลหนองสาหร่าย เมืองสุพรรณบุรี ทรงสร้างพระเจดีย์ใหญ่ขึ้นที่วัดนี้เป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะ ชนานนามว่า “พระเจดีย์ชัยมงคล” แต่ราษฎรเรียกว่า “พระเจดีย์ใหญ่” ต่อมาถูกเรียกชื่อเป็น “วัดใหญ่ชัยมงคล”

วัดราชบูรณะ อยู่เชิงสะพานป่าถ่าน ตรงข้ามวัดมหาธาตุ สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา) โปรดเกล้าฯให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1967 ณ บริเวณที่ถวายพระเพลิงเจ้าอ้ายพระยากับเจ้ายี่พระยาซึ่งชนช้างกันจนถึงแก่พิราลัยและโปรดเกล้าฯให้ก่อเจดีย์ 2 องค์บริเวณนั้น เมื่อคราวเสียกรุงวัดนี้และวัดมหาธาตุถูกไฟไหม้เสียหายมาก ซากที่เหลืออยู่แสดงว่าวิหารและส่วนต่างๆ ของวัดนี้ใหญ่โตมาก วิหารหลวงมีขนาดยาว 63 เมตร กว้าง 20 เมตร ด้านหน้ามีบันไดขึ้น 3 ทาง ที่ผนังวิหารเจาะเป็นบานหน้าต่าง ปัจจุบันยังปรากฏซากของเสาพระวิหารและฐานชุกชีพระประธานเหลืออยู่ พระปรารักษ์ประธาน เป็นศิลปะอยุธยาสมัยแรกซึ่งนิยมสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมขอมที่ให้พระปรารักษ์เป็นประธานของวัด

วิหารพระมงคลบพิตร ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของวัดพระศรีสรรเพชญ์ ใช้เส้นทางเดียวกับทางไปคุ้มขุนแผน วิหารพระมงคลบพิตรจะอยู่ถัดไปไม่กี่กิโลเมตร พระมงคลบพิตรเป็นพระพุทธรูปบุสัมฤทธิ์ปางมารวิชัย มีขนาดหน้าตักกว้าง 9.55 เมตร และสูง 12.45 เมตร นับเป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่องค์หนึ่งในประเทศไทย ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าสร้างในสมัยใด สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้นระหว่างปี พ.ศ. 1991–2145 สมเด็จพระเจ้าทรงธรรมโปรดเกล้าฯให้ย้ายจากทิศตะวันออกนอกพระราชวังมาไว้ทางด้านทิศตะวันตกที่ประดิษฐานอยู่ในปัจจุบันและโปรดเกล้าฯให้ก่อ

มณฑปสวมไว้ สำหรับบริเวณข้างวิหารพระมงคลบพิตรทางด้านทิศตะวันออกแต่เดิมเป็นสนามหลวง ใช้เป็นที่สำหรับสร้างพระเมรุพระบรมศพของพระมหากษัตริย์และเจ้านายเช่นเดียวกับท้องสนามหลวง ของกรุงเทพฯ

วัดพระศรีสรรเพชญ์ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของวิหารพระมงคลบพิตร เป็นวัดสำคัญ ที่สร้างอยู่ในพระราชวังหลวงเทียบได้กับวัดพระศรีรัตนศาสดารามแห่งกรุงเทพมหานครหรือวัดมหาธาตุ แห่งกรุงสุโขทัย ในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) ทรงสร้างพระราชมณฑปเป็นที่ ประทับที่บริเวณนี้ ต่อมาสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงย้ายพระราชวังขึ้นไปทางเหนือและอุทิศที่ดิน เดิมให้สร้างวัดขึ้นภายในเขตพระราชวังและโปรดเกล้าฯให้สร้างเขตพุทธาวาสขึ้น เพื่อเป็นที่สำหรับ ประกอบพิธีสำคัญต่างๆ จึงเป็นวัดที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ต่อมาในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระสถูปเจดีย์ใหญ่สององค์เมื่อ พ.ศ.2035 องค์แรกทางทิศตะวันออกเพื่อบรรจุ พระบรมอัฐิของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถพระราชบิดาและองค์ที่สองคือองค์กลางเพื่อบรรจุพระบรม อัฐิของสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 3 พระบรมเชษฐา ต่อมาในปี พ.ศ. 2042 ทรงสร้างพระวิหารขนาดใหญ่และในปี พ.ศ.2043 ทรงหล่อพระพุทธรูปยืนสูง 8 วา (16 เมตร) หุ้มด้วยทองคำหนัก 286 ชั่ง (ประมาณ 171 กิโลกรัม) ประดิษฐานไว้ในวิหาร พระนามว่า “พระศรีสรรเพชญ์ดาญาณ”

วัดมหาธาตุ ตั้งอยู่เชิงสะพานป่าถ่าน ทางทิศตะวันออกของวัดพระศรีสรรเพชญ์ พงศาวดารบางฉบับกล่าวว่าวัดนี้สร้างในสมัยสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 ต่อมาสมเด็จพระรามาธิบดี 2 โปรดเกล้าฯให้อัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุมาบรรจุไว้ได้ฐานพระปรางค์ประธานของวัดเมื่อ พ.ศ.1927 พระปรางค์วัดมหาธาตุถือเป็นปรางค์ที่สร้างในระยะแรกของสมัยอยุธยาซึ่งได้รับอิทธิพลของปรางค์ ขอมปนอยู่ ชั้นล่างก่อสร้างด้วยศิลาแลงแต่ที่เสริมใหม่ตอนบนเป็นอิฐถือปูน สมเด็จพระเจ้าปราสาททองได้ทรงปฏิสังขรณ์พระปรางค์ใหม่โดยเสริมให้สูงกว่าเดิม แต่ขณะนั้นยอดพังลงมาเหลือเพียงชั้นมุข เท่านั้น ชั้นในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุและเครื่องประดับอันมีค่า ปัจจุบันพระบรมสารีริกธาตุนำไป ประดิษฐานไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เจ้าสามพระยา สิ่งที่น่าสนใจในวัดอีกอย่างคือ เศียร พระพุทธรูปหินทราย ซึ่งมีรากไม้ปกคลุมเข้าใจว่าเศียรพระพุทธรูปนี้จะหล่นลงมาอยู่ที่โคนต้นไม้ในสมัย เสียดกรุงจนรากไม้ขึ้นปกคลุมมีความงดงามแปลกตาไปอีกแบบ

วัดพนัญเชิงวรวิหาร ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลคลองสวนพลู ริมแม่น้ำป่าสักทางทิศใต้ ฝั่งตรงข้ามของเกาะเมือง ห่างจากตัวเมืองราว 5 กิโลเมตร หรือเมื่อออกจากวัดใหญ่ชัยมงคล ให้เลี้ยว ซ้ายตรงไปตามถนนประมาณ 1 กิโลเมตร ก็จะเห็นวัดพนัญเชิงอยู่ทางขวามือ วัดพนัญเชิงเป็นพระ อารามหลวงชั้นโทชนิดวรวิหาร แบบมหานิกาย เป็นวัดที่มีมาก่อนการสร้างกรุงศรีอยุธยา ไม่ปรากฏ หลักฐานว่าใครเป็นผู้สร้าง ตามพงศาวดารเหนือกล่าวว่า พระเจ้าสามน้ำผึ้งซึ่งครองเมืองอโยธยาเป็น

ผู้สร้างขึ้นตรงที่พระราชทานเพลิงศพพระนางสร้อยดอกหมาก และพระราชทานนามวัดว่า "วัดพระเจ้าพระนางเชิง" หรือ "วัดพระนางเชิง"พระวิหาร เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปขนาดใหญ่ ตามพงศาวดารกล่าวไว้สร้างเมื่อ พ.ศ. 1867 ก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา 26 ปี เดิมชื่อ "พระพุทธรเจ้าพนัญเชิง" (พระเจ้าพะเนางเชิง) แต่ในรัชกาลที่ 4 เมื่อมีการบูรณปฏิสังขรณ์พระพุทธรูปองค์นี้ได้พระราชทานนามใหม่ว่า "พระพุทธรไตรรัตนนายก" (ชาวบ้านนิยมเรียกหลวงพ่โต อาจนับได้ว่าเป็นพระพุทธรูปนั่งสมัยอยุธยาตอนต้นที่มีขนาดใหญ่มากที่สุดที่เหลืออยู่ในปัจจุบัน เป็นที่เคารพสักการะของชาวจังหวัดอยุธยา และจังหวัดใกล้เคียง

พระที่นั่งเพนียด (ปางช้างอยุธยา) ตั้งอยู่ในตำบลสวนพริก ห่างจากตัวเมืองประมาณ 4 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางหมายเลข 347 กิโลเมตรที่ 42-43 (เส้นทางเดียวกับทางไปวัดภูเขาทอง) แต่ให้เลี้ยวขวาแล้วตรงไปตามถนนจะมีป้ายบอกเส้นทางไปพระที่นั่งเพนียด เพนียดแห่งนี้มีขนาดใหญ่มากสร้างขึ้นเป็นที่สำหรับพระมหากษัตริย์ประทับทอดพระเนตรการคล้องช้างหรือจับช้างเถื่อนในเพนียดซึ่งเป็นประเพณีที่ทำกันมาแต่โบราณเพื่อนำช้างมาใช้ประโยชน์ในราชการทั้งในยามปกติและยามสงคราม พระที่นั่งเพนียดและตัวเพนียดที่เห็นในปัจจุบันนั้นลักษณะเป็นคอกล้อมด้วยซุงทั้งด้าน มีปีกกาแยกเป็นรั้วไปสองข้าง รอบเพนียดเป็นกำแพงดินประกอบอิฐเสมอยอดเสา ด้านหลังคอกตรงข้ามแนวปีกกาเป็นพลับพลาที่ประทับซึ่งได้รับการบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2500

พระราชวังบางปะอิน พ.ศ.2422ในรัชกาลที่ 5 สำหรับใช้เป็นที่ประทับของเจ้านายฝ่ายหน้า และข้าราชการบริพารส่วนเขตพระราชฐานชั้นในเชื่อมต่อกับเขตพระราชฐานชั้นนอกด้วยสะพานที่เชื่อมจากพระที่นั่งวโรภาสพิมานกับประตูเทวาราชครุฑซึ่งเป็นประตูทางเข้าพระราชฐานสะพานนี้มีลักษณะพิเศษคือ มีแนวฉากคล้ายบานเกล็ดกั้นกลางตลอดแนวสะพานเพื่อแบ่งเป็นทางเดินของฝ่ายหน้าด้านหนึ่งและฝ่ายในอีกด้านหนึ่ง บริเวณพระราชฐานชั้นในประกอบด้วยที่ประทับพลับพลาและศาลาต่างๆสิ่งที่น่าสนใจได้แก่พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร อยู่ทางทิศตะวันออกตรงข้ามกับสระน้ำ เป็นพระที่นั่งเรือนไม้ สองชั้นตามแบบชาเลต์ของสวิส คือมีเฉลียงชั้นบนและชั้นล่าง ทาสีเขียวอ่อนและสีเขียวแก่สลับกัน ภายในประดับตกแต่งด้วยเครื่องเรือนไม้มะฮอกกานีจัดสลับลายทองทับที่สั่งจากยุโรปทั้งสิ้น เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่งที่พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียรได้เกิดเพลิงไหม้ขณะที่มีการซ่อมแซมเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2481 ทำให้พระที่นั่งเสียหายไปเกือบกองเพลิงหมดสิ้นทั้งองค์คงเหลือแต่หอน้ำลักษณะคล้ายหอรบของยุโรป

วัดหน้าพระเมรุ ตั้งอยู่ริมคลองสระบัวด้านทิศเหนือของคูเมือง (เดิมเป็นแม่น้ำลพบุรี) ตรงข้ามกับพระราชวังหลวง สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น พุทธศักราช 2046 มีชื่อเดิมว่า "วัดพระเมรุราชิการาม" ที่ตั้งของวัดนี้เดิมคงเป็นสถานที่สำหรับสร้างพระเมรุถวายพระเพลิงพระบรม

ศพของพระมหากษัตริย์พระองค์ใดพระองค์หนึ่งสมัยอยุธยาตอนต้นต่อมาจึงได้สร้างวัดขึ้น มีตำนานเล่าว่าพระองค์อินทร์ในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างวัดนี้เมื่อ พ.ศ. 2046 วัดนี้มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สมเด็จพระมหาจักรพรรดิเมื่อครั้งทำศึกกับพระเจ้าบุเรงนองได้มีการทำสัญญาสงบศึกเมื่อ พ.ศ. 2106 ได้สร้างพลับพลาที่ประทับขึ้นระหว่างวัดหน้าพระเมรุกับวัดหัดดาวาส วัดนี้เป็นวัดเดียวในกรุงศรีอยุธยาที่ไม่ได้ถูกพม่าทำลายและยังคงปรากฏสถาปัตยกรรมแบบอยุธยาอยู่ในสภาพสมบูรณ์มากที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัดไชยวัฒนาราม ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตกนอกเกาะเมือง เป็นวัดที่พระเจ้าปราสาททอง กษัตริย์กรุงศรีอยุธยาองค์ที่ 24 (พ.ศ. 2173-2198) โปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2173 ได้ชื่อว่าเป็นวัดที่มีความงดงามมากแห่งหนึ่งในกรุงศรีอยุธยา ความสำคัญอีกประการหนึ่งคือ วัดนี้เป็นที่ฝังพระศพของเจ้าฟ้าธรรมธิเบศร์(เจ้าฟ้ากุ้ง) กวีเอกสมัยอยุธยาตอนปลายกับเจ้าฟ้าสังวาล สิ่งที่น่าสนใจภายในวัด ได้แก่ พระปราสาทศรีรัตนมหาธาตุ เป็นปราสาทประธานของวัดตั้งอยู่บนฐานสี่เหลี่ยมจัตุรัสและที่มุ่มฐานมีปราสาททิศประจำอยู่ทั้งสี่มุม วัดไชยวัฒนารามได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 และกรมศิลปากรได้ดำเนินการบูรณะตลอดมาจนปัจจุบันไม่มีสภาพรกร้างอยู่ในป่าอีกแล้ว และยังคงมองเห็นเค้าแห่งความสวยงามยิ่งใหญ่ตระการตา ซึ่งผู้ไปเยือนไม่ควรพลาดชมอย่างยิ่ง

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนวรรณ วิบุตทษมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน ผลของการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือน จากการศึกษาพบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ 5,000-9,999 บาทต่อเดือน และพักอาศัยในภาคกลาง ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว โดยมีเพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มา ซึ่งทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร และเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์โดยมากกับเพื่อนด้วยรถส่วนตัว และมักจะมานั่งพักผ่อนส่วนมากแล้วไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายในการมาครั้งละ 500-999 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่ 4 ศึกษาความต้องการและปัญหาที่ประสบ พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนต้องการมาเที่ยวชายหาดบางแสนอีกและชอบที่พักแบบบังกะโลหรือรีสอร์ท โดยค่าที่พักแต่ละคืนควรมีราคาต่ำกว่า 500 บาท สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด

คือ ความไม่เหมาะสมของราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยว, อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว, อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง, อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง, เพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน, เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า อาชีพเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางและค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศร ฉายแสง (2548 : 109) อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่พัก ดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรอาชีพมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

อติศร ฉายแสง (2548 : 150-165) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลของการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ US\$10,000 และส่วนใหญ่เป็นชาว European เคยเดินทางออกนอกประเทศมาก่อนและเคยเดินทางมาประเทศไทย
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมระดับมาก
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับเห็นด้วย
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคลและสื่อที่มีใช้บุคคล ในระดับน้อย
5. เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
6. ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
7. อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่พัก และด้านค่าใช้จ่าย
8. สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านค่าใช้จ่ายที่พัก
9. ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร
10. อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่พัก
10. รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 11.สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร 12.ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก 13.การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในรูปสื่อที่มีใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายที่พัก ดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรอาชีพและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดมนี (2548 : 122-128) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลของการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545- 1 กันยายน 2547) ประชาชนส่วนใหญ่ได้ท่องเที่ยวภายในประเทศโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และนิยมไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลมากที่สุด ช่วงเวลาที่นิยมไปคือช่วงวันหยุดราชการ/วันหยุด ส่วนจำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวมาแล้วคือ จำนวน 1-2 ครั้ง และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 1-2 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท มีความถี่ของการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมาแล้ว 1-2 ครั้ง ซึ่งแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากการบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด และผลของการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร(ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอีก 2 ปี ข้างหน้า นับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2547 – 1 กันยายน 2549) พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่ายอายุ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวน

ครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่อายุจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่าย ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไปและ จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่าย สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่าย อาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่าย แต่มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับ จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะใช้จ่าย

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า อาชีพและรายได้ของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร เช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรอาชีพและรายได้มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ศรีประภา ชัยวรรวัฒน์ (2545 : 99-103) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง โดยสื่อวิทยุเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง การให้คุณค่าสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่

เกาะช้าง โดยสื่อ นิตยสาร เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปร การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 108-118) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว คือ หมู่เกาะชุมพร(เกาะง่าม,เกาะมะพร้าว,เกาะมัตรา,เกาะเสม็ด,เกาะชะวะ,เกาะลังกาจิว,เกาะทองกลาง) และทุ่งวัวแล่น รองลงมาคือ หาดทรายรี หาดไข่มุก (ชุมพรคอรอลบีช) น้ำตกเหวไหลม, ล่องแพคลองพะโต๊ะ หาดผาแดง และน้ำตกกะเปาะ ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านสินค้าประจำจังหวัด พบว่า ส่วนใหญ่มีผลรวมความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัด ซึ่งเมื่อพิจารณาสินค้าประจำจังหวัด พบว่า สินค้าประเภทผลไม้ รองลงมาคือ สินค้าแปรรูป และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละสินค้าประจำจังหวัด พบว่าผลไม้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ คือ ส้มโชกุน รองลงมาคือกล้วยเล็บมือนาง ทุเรียนหมอนทอง ระกำหวานสวี มังคุดหลังสวน และสับปะรดสวี ตามลำดับ ส่วนสินค้าแปรรูปส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ คือ สินค้าแปรรูปจากกล้วยเล็บมือนาง รองลงมาคือ มังคุดและทุเรียนกวนหลังสวน กาแฟเขาทะเล และสินค้า OTOP ตามลำดับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า โดยส่วนใหญ่มีผลรวมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ ปานกลาง คือการบอกปากต่อปาก รองลงมาคือ งานมหกรรมการท่องเที่ยว (งานเปิดโลกทะเลชุมพร) และวารสาร/นิตยสาร ตามลำดับ ส่วนสื่อที่มีการรับรู้ต่ำคือ แผ่นพับ รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวพบว่า โดยส่วนใหญ่มีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ปานกลาง คือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ รองลงมาคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ยาวนาน เพื่อนักชวนให้มาเที่ยว ต้องการพาครอบครัวมาเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ เพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด และการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากการศึกษาข้างต้น พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร ดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สรไกร เต็มถาวร (2547 : 151-159) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ นิยมแหล่งท่องเที่ยว

ตามธรรมชาติ พาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือ 1-5 วัน และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีคือ 1-5 ครั้ง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมาก ในภาพรวมของปัจจัยเชิงจิต ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ในการทดสอบ สมมติฐานสรุปผลได้ว่า 1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางและจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว 2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว 3. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว 4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว 5. รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว 6. สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว 7. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว 8. บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 9. กระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว 10. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้าน ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว 11. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านประเภทแหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนวันที่เดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยข้างต้น พบว่า รายได้เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรรายได้มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยการคำนวณจากสูตรของ Yamane (ธานีินทร์ ศิลป์จารุ .2548:48) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด มีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง มีค่าเท่ากับ 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{0.0025} \\
 &= \frac{0.9604}{0.0025} \\
 &= 384.16
 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน

โดยมีวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยว 10 แห่ง ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2548. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง) ดังนี้ 1. วัดใหญ่ชัยมงคล 2. วัดราชบูรณะ 3. วัดมงคลบพิตร 4. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 5. วัดมหาธาตุ 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร 7. ปางช้างอยุธยา 8. พระราชวังบางปะอิน 9. วัดหน้าพระเมรุ 10. วัดไชยวัฒนาราม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ละ 40 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนด

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List) ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง, ราคาของสินค้าและของที่ระลึก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales)

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผลได้ใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิกเคอร์ต (Likert Scale) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ(ธานินทร์ ศิลป์จารุ .2548:77)

1. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50-5.00 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50-4.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมาก
3. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50-3.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50-2.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อย
5. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/ นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต, นิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scales)

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินผลตามขั้นตอนที่ 3

2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

- 2.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม
- 2.1.2 เก็บรวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆจากเอกสาร Internet และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.1.3. นำมาสร้างแบบสอบถามตามความมุ่งหมายของการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

2.1.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา เนื้อหา และรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา

2.1.5 ปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์

2.1.6 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง (Try out) โดยผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามวันที่ 4 เมษายน 2550 ที่วัดใหญ่ชัยมงคล ประชากรที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถาม คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดเกณฑ์ที่ระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.5 โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ .2543:125-126) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ .863

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
N	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
S^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ตามสถานที่ที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1. วัดใหญ่ชัยมงคล 2. วัดราชบูรณะ 3. วัดมงคลบพิตร 4. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 5. วัดมหาธาตุ 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร 7. ปางช้างอยุธยา 8. พระราชวังบางปะอิน 9. วัดหน้าพระเมรุ 10. วัดไชยวัฒนาราม โดยได้ทำการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้และวิธีการกรอกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง

4. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิธีจัดการทำข้อมูล

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการจัดการทำข้อมูล ดังนี้

4.1.1. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดเพื่อนำมาตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถามว่าได้มาจำนวนครบหรือไม่

4.1.2. ทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติต่างๆดังนี้

4.2.1 นำข้อมูลทั้งหมดมาทำการจัดระบบข้อมูลโดยการบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป

4.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นำมาแจกแจงความถี่(Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ นำมาแจกแจงความถี่(Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ(Percentage)

4.2.4 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง และราคาสินค้าและของที่ระลึก โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)และสถิติไคว์สแควร์ (Chi-Square)ในการทดสอบสมมติฐาน

4.2.5 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต และนิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และสถิติไคว์สแควร์ (Chi-Square)ในการทดสอบสมมติฐาน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติพื้นฐาน

5.1.1 ค่าร้อยละ(P) เป็นค่าสถิติที่บอกถึงสัดส่วนจำนวนต่อร้อยละ คำนวณจากสูตร(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 38)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P = ค่าร้อยละ
f = ความถี่ที่สำรวจได้
n = จำนวนข้อมูล

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าคะแนนตัวหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการเอาค่าคะแนนทุกตัวมารวมกัน แล้วหารด้วยจำนวนของคะแนนทั้งหมดเพื่อต้องการทราบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541:40)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} = ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n = จำนวนข้อมูล

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อให้อธิบายผลของข้อมูล ถ้าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่ายิ่งมากแสดงว่าข้อมูลชุดนั้นมีการกระจายมากหรือข้อมูลชุดนั้นมีความแตกต่างกันมาก โดยมีสูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541:65)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนข้อมูล

5.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ สถิติไคว์สแควร์ (Chi-Square) มีดังนี้ (ธานีินทร์ ศิลป์จารุ 2548:204-205)

$$\text{เมื่อ } \chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad E_{ij} = \frac{(r_i)(c_j)}{n}$$

χ^2 แทน ค่าไคร์สแควร์

O_{ij} แทน ค่าความถี่ที่สังเกต(ข้อมูลจริง)ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j

E_{ij} แทน ค่าความถี่ที่คาดหวัง ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j

r_i แทน ความถี่รวมในแถวที่ i

c_j แทน ความถี่รวมในสดมภ์ที่ j

n แทน จำนวนข้อมูล

df แทน ค่าองศาแห่งความอิสระ คำนวณจาก $df = (r-1)(c-1)$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และนำผลที่ได้มาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

P	แทน	ค่าร้อยละ
f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
n	แทน	จำนวนข้อมูล
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
Σx	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Σx^2	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\Sigma x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
χ^2	แทน	ค่าไคส์แควร์
O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่สังเกต(ข้อมูลจริง)ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j
E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวัง ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j
r_i	แทน	ความถี่รวมในแถวที่ i
c_j	แทน	ความถี่รวมในสดมภ์ที่ j
df	แทน	ค่าองศาแห่งความอิสระ คำนวณจาก $df = (r-1)(c-1)$
0.05	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลจำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล
- ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์
- ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว, ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต, การไปท่องเที่ยวมาแล้ว, ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว, วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว, สถานที่ท่องเที่ยว, ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว, พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง, กิจกรรมที่ทำในการมาท่องเที่ยว ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	P
1. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)		
- 1-5 ครั้ง	226	56.5
- 6-10 ครั้ง	100	25.0
- 11-15 ครั้ง	42	10.5
- มากกว่า 15 ครั้ง	32	8.0
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

2. การพักค้างคืน	จำนวน (คน)	P
- ค้าง	113	28.2
- ไม่ค้าง	287	71.8
รวม	400	100.0
สถานที่ที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืน		
- โรงแรม	59	52.2
- เกสต์เฮาส์	10	8.9
- บังกะโล/รีสอร์ต	11	9.8
- บ้านญาติ/เพื่อน	32	28.3
- บ้านรับรอง	1	0.8
รวม	113	100.0
ระยะเวลาที่พักค้างคืน		
- 1 คืน	47	41.6
- 2 คืน	34	30.0
- 3 คืน	32	28.4
รวม	113	100.0
3. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว		
- ต่ำกว่า 1,000 บาท/ครั้ง/คน	108	27.0
- 1,000 – 1,500 บาท/ครั้ง/คน	157	39.2
- 1,501 – 2,000 บาท/ครั้ง/คน	59	14.8
- 2,001 – 2,500 บาท/ครั้ง/คน	46	11.5
- 2,501 – 3,000 บาท/ครั้ง/คน	30	7.5
รวม	400	100.0
ค่าใช้จ่ายมากที่สุดอันดับ1-3		
1. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	207	40.0
2. ค่าพาหนะในการเดินทาง	139	27.0
3. ค่าซื้อของฝาก	171	33.0

ตาราง 4 (ต่อ)

4. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต	จำนวน (คน)	P
- ต้องการกลับมาอีก	394	98.5
- ไม่ต้องการกลับมาอีก	6	1.5
รวม	400	100.0
5. การไปท่องเที่ยวมาแล้ว		
- เคย	319	79.8
- ไม่เคย	81	20.2
รวม	400	100.0
6. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
- คนเดียว	8	2.0
- ครอบครัว/ญาติ	180	45.0
- เพื่อน	133	33.3
- บริษัทนำเที่ยว	41	10.2
- ที่ทำงาน	38	9.5
รวม	400	100.0
7. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว		
- ท่องเที่ยว	204	51.0
- ทำบุญ/ไหว้พระ	142	35.5
- เยี่ยมญาติ/เพื่อน	21	5.3
- ประชุม/สัมมนา	22	5.5
- ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	11	2.7
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

8. สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	P
- วัดใหญ่ชัยมงคล	101	25.3
- วัดราชบูรณะ	22	5.5
- วัดมงคลบพิตร	58	14.5
- วัดพระศรีสรรเพชญ์	52	13.0
- วัดมหาธาตุ	31	7.8
- วัดพนัญเชิงวรวิหาร	45	11.2
- ปางช้างอยุธยา	36	9.0
- พระราชวังบางปะอิน	24	6.0
- วัดหน้าพระเมรุ	14	3.5
- วัดไชยวัฒนาราม	17	4.2
รวม	400	100.0
9. ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว		
- วันธรรมดา	23	5.8
- วันหยุดสุดสัปดาห์	195	48.8
- วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ	55	13.8
- วันหยุดพักร้อน	21	5.2
- ช่วงที่มีเทศกาล/งานประเพณี	37	9.2
- ไม่กำหนดช่วงเวลาที่แน่นอน	69	17.2
รวม	400	100.0
10. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
- รถส่วนตัว	273	68.3
- รถนำเที่ยว	73	18.3
- รถโดยสารประจำทาง	45	11.2
- รถไฟ	8	2.0
- เรือ	1	.2
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

11. กิจกรรมที่ทำในการมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	P
- ซึ่จักรยาน/รถราง เพื่อเที่ยวชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ	109	27.2
- นั่งเรือชมรอบเมืองอยุธยา	39	9.8
- ไหว้พระ	212	53.0
- รับประทานอาหารขึ้นชื่อท้องถิ่น	23	5.8
- ซื้อของฝาก/ของที่ระลึก	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว โดยในระยะเวลา 1 ปี นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 1-5 ครั้ง ซึ่งการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน มีเพียงนักท่องเที่ยวบางส่วนเท่านั้นที่พักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมพักค้างคืนมากที่สุด คือ โรงแรม ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนมากที่สุด คือ จำนวน 1 คืน ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน เท่ากับ 1,000 – 1,500 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกโดยให้เหตุผลว่า ต้องการมาไหว้พระที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมา คือ อยู่ใกล้, การเดินทางสะดวก, เสียค่าใช้จ่ายน้อย, ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว, มาเยี่ยมญาติ, ต้องการมาเที่ยวชมโบราณสถานโบราณวัตถุ, ต้องการมาเที่ยวเมืองเก่า และอาหารอร่อย ตามลำดับ (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5) นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกให้เหตุผลว่า ระยะทางไกลจากที่อยู่อาศัย (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว/ญาติมากที่สุด ซึ่งวัตถุประสงค์หลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ต้องการมาท่องเที่ยว โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ วัดใหญ่ชัยมงคล และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมากที่สุดคือรถยนต์ส่วนตัว และการมาไหว้พระเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุด

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลในการศึกษารุ่นนี้ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) และอาชีพ ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	P
1. รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	54	13.5
- 5,000 – 10,000 บาท	102	25.5
- 10,001 – 20,000 บาท	144	36.0
- 20,000 บาทขึ้นไป	100	25.0
รวม	400	100.0
2. อาชีพ		
- รับราชการ	38	9.5
- พนักงานบริษัทเอกชน	176	44.0
- นักเรียน/นักศึกษา	64	16.0
- ประกอบอาชีพส่วนตัว	122	30.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่แล้วประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.1 ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม , ราคาพาหนะในการเดินทาง,ราคาของสินค้าและของที่ระลึก ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	ระดับความสัมพันธ์		
	X	S.D	แปลผล
1. ราคาที่พัก	2.71	1.08	ปานกลาง
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.61	1.29	มาก
3. ราคาพาหนะในการเดินทาง	3.79	0.95	มาก
4. ราคาของสินค้าและของที่ระลึก	2.62	0.77	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาที่พัก และราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ราคาอาหารและเครื่องดื่มและราคาพาหนะในการเดินทางมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการศึกษาโดยภาพรวมแล้วสรุปว่า ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง-มาก

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

4.1 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ , อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการ
 ประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์		
	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	2.58	0.76	ปานกลาง
2. โทรทัศน์	3.65	1.26	มาก
3. อินเทอร์เน็ต	3.84	1.23	มาก
4. นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.04	0.78	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์และ
 นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
 พระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่
 เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการศึกษาโดยภาพรวมแล้ว
 สรุปว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
 พระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง-มาก

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่
 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ ปัจจัยด้านราคาของ
 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม , ราคาพาหนะในการ
 เดินทาง,ราคาของสินค้าและของที่ระลึก ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย ด้าน
 วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ , อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว กับตัว
 แปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่ง
 ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักราค้างคืน, ค่าใช้จ่ายต่อ
 ครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว, ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการ
 ทดสอบไค-สแควร์(Chi-Square) โดยมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐาน 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐาน 2 ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหาร และเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง , ราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐาน 3 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต, นิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

ตาราง 8 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐาน	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา			
	จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)	ระยะเวลาที่พักค้างคืน	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว	ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต
สมมติฐาน 1				
1.1 รายได้ต่อเดือน (เฉพาะของท่าน)	✓ $\chi^2 = 47.784$ P = .000	✓ $\chi^2 = 18.756$ P = .005	✓ $\chi^2 = 71.592$ P = .000	—
1.2 อาชีพ	✓ $\chi^2 = 54.681$ P = .000		✓ $\chi^2 = 64.825$ P = .000	—

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 6 – 13)

จากตาราง 8 สมมติฐาน 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี),ระยะเวลาที่พักราค่าคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะมีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท ในระยะเวลา 1 ปี นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดจำนวน 1-5 ครั้ง ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่พักราค่าคืน เท่ากับ 1 คืน ซึ่งในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนเท่ากับ 1,000 – 1,500 บาท

อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งในระยะเวลา 1 ปี จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 1-5 ครั้ง ซึ่งในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนเท่ากับ 1,000 – 1,500 บาท (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 6 – 13)

ตาราง 8 (ต่อ)

สมมติฐาน	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา			
	จำนวนครั้งใน การท่องเที่ยว(ใน ระยะเวลา 1 ปี)	ระยะเวลาที่พัก ค้างคืน	ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้ง/คนในการ มาท่องเที่ยว	ความต้องการ กลับมา ท่องเที่ยวอีก ในอนาคต
สมมติฐาน 2				
2.1 ราคาที่พัก	✓ $\chi^2 = 27.024$ P = .000	–	✓ $\chi^2 = 16.699$ P = .033	–
2.2 ราคาอาหารและ เครื่องดื่ม	✓ $\chi^2 = 28.138$ P = .000	–	✓ $\chi^2 = 18.992$ P = .015	–
2.3 ราคาพาหนะใน การเดินทาง	✓ $\chi^2 = 14.635$ P = .023	–	–	–
2.4 ราคาของสินค้า และของที่ระลึก	✓ $\chi^2 = 33.955$ P = .000	✓ $\chi^2 = 11.160$ P = .025	–	–

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 14 – 29)

จากตาราง 8 สมมติฐาน 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง , ราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ราคาที่พักมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาที่พักมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.9 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1,000-1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาที่พักมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.2 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 14 – 17)

ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาอาหารและเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.0 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1,000-1,500บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาอาหารและเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.6 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 18 – 21)

ราคาพาหนะในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาพาหนะในการเดินทางมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.0 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 22 – 25)

ราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และระยะเวลาที่พักราค้างคืน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.6 ระยะเวลาที่พักราค้างคืน เท่ากับ 1 คืน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีอิทธิพลต่อระยะเวลาที่พักราค้างคืนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 26 – 29)

ตาราง 8 (ต่อ)

สมมติฐาน	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา			
	จำนวนครั้งในการ ท่องเที่ยว(ใน ระยะเวลา 1 ปี)	ระยะเวลาที่พัก ค้างคืน	ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้ง/คนในการ มาท่องเที่ยว	ความต้องการ กลับมา ท่องเที่ยวอีก ในอนาคต
สมมติฐาน 3				
3.1 วารสาร/นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์	✓ $\chi^2 = 119.94$ P = .000	–	✓ $\chi^2 = 37.169$ P = .000	
3.2 โทรทัศน์		✓ $\chi^2 = 11.328$ P = .023	✓ $\chi^2 = 21.375$ P = .006	–
3.3 อินเทอร์เน็ต	✓ $\chi^2 = 27.937$ P = .001	–	✓ $\chi^2 = 25.948$ P = .011	✓ $\chi^2 = 17.999$ P = .001
3.4 นิทรรศการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓ $\chi^2 = 103.94$ P = .000	✓ $\chi^2 = 9.154$ P = .05	✓ $\chi^2 = 15.08$ P = .05	–

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 30 – 45)

จากตาราง 8 สมมติฐาน 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ตและนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 59.9 ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1,000-1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.9 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 30 – 33)

โทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่พักค้างคืน เท่ากับ 1 คืน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าโทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อระยะเวลาที่พักค้างคืนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.7 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1,000-1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.5 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 34 – 37)

อินเตอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวและความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าอินเตอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 56.5 นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1,000-1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า อินเตอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.8 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า อินเตอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคตในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 96.7 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 38 – 41)

นิตรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 1-5 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า นิตรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.2 ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน เท่ากับ 1 คืน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า นิตรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อระยะเวลาที่พักค้างคืนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.9 นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1,000-1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า นิตรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายต่อ

ครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.9 (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 42 - 45)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยว

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง , ราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต, นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยการคำนวณจากสูตรของ Yamane (ธานีินทร์ ศิลป์จารุ .2548:48) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

โดยมีวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยว 10 แห่ง ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2548. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง) ดังนี้ 1. วัดใหญ่ชัยมงคล 2. วัดราชบูรณะ 3. วัดมงคลปิตร 4. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 5. วัดมหาธาตุ 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร 7. ปางช้างอยุธยา 8. พระราชวังบางปะอิน 9. วัดหน้าพระเมรุ 10. วัดไชยวัฒนาราม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ละ 40 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check – List) ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน), อาชีพ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง, ราคาของสินค้าและของที่ระลึก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scales)

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผลได้ใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert Scale) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ(ธานินทร์ ศิลป์จารุ .2548:77)

1. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50-5.00 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50-4.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวมาก
3. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50-3.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50-2.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อย
5. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.49 มีระดับความสัมพันธ์ต่อการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต, นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scales)

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การประเมินผลตามขั้นตอนที่ 3

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อให้แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้ามีความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามให้คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง (Try out) โดยผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถาม วันที่ 4 เมษายน 2550 ที่วัดใหญ่ชัยมงคล ประชากรที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถาม คือนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดเกณฑ์ที่ระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.5 โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient)ของครอนบาค(Cronbach) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร(พวงรัตน์ ทวีรัตน์ .2543:125-126) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ .863

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ตามสถานที่ต่างๆที่ได้ระบุไว้แล้วในตอนต้น โดยได้ทำการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้และวิธีในการกรอกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 16 เมษายน 2550 - วันที่ 19 พฤษภาคม 2550

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ สถิติไคร์สแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าและผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

1. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

ในระยะเวลา 1 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 1-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง ,11-15 ครั้ง และมากกว่า 15 ครั้ง โดยคิดเป็นร้อยละ 25.0 , 10.5 และ 8.0 ตามลำดับ

2. ระยะเวลาที่พักรักษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พักรักษาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ ค้างคืน เท่ากับร้อยละ 28.2 ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักรักษาที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ บ้านญาติ/เพื่อน, บังกะโล/รีสอร์ท, เกสต์เฮาส์ และบ้านรับรอง เท่ากับร้อยละ 28.3, 9.8, 8.9 และ 0.8 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักรักษา 1 คืนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมาคือ ระยะเวลา 2 คืน และ 3 คืน หรือเท่ากับร้อยละ 30.0 และร้อยละ 28.4 ตามลำดับ

3. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 1,000 – 1,500 บาทต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง/คน , 1,501 – 2,000 บาทต่อครั้ง/คน, 2,001 – 2,500 บาทต่อครั้ง/คน, 2,501 – 3,000 บาทต่อครั้ง/คน หรือเท่ากับร้อยละ 27.0, 14.8, 11.5 และ 7.5ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในด้านอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 40.0 อันดับ 2 คือ ค่าซื้อของฝาก คิดเป็นร้อยละ 33.0 อันดับ 3 คือค่าพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

4. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกโดยให้เหตุผลว่า ต้องการมาไหว้พระที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุด รองลงมา คือ อยู่ใกล้, การเดินทางสะดวก, เสียค่าใช้จ่ายน้อย, ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว, มาเยี่ยมญาติ, ต้องการมาเที่ยวชมโบราณสถานโบราณวัตถุ, ต้องการมาเที่ยวเมืองเก่า และอาหารอร่อยตามลำดับ (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5) นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกให้เหตุผลว่า ระยะเวลาไกลจากที่อยู่อาศัย (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5)

5. การไปท่องเที่ยวมาแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อน คิดเป็นร้อยละ 79.8 และไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อน คิดเป็นร้อยละ 20.2

6. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือเดินทางมากับเพื่อน, บริษัทนำเที่ยว, ที่ทำงาน และเดินทางมาคนเดียว เท่ากับร้อยละ 33.3, 10.2, 9.5 และ 2.0 ตามลำดับ

7. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาเพื่อท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ มีวัตถุประสงค์ในการมาทำบุญ/ไหว้พระ, ประชุม/สัมมนา, เยี่ยมญาติ/เพื่อน และปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ เท่ากับร้อยละ 35.5, 5.5, 5.3 และ 2.7 ตามลำดับ

8. สถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือวัดใหญ่ชัยมงคล คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือวัดมงคลบพิตร, วัดพระศรีสรรเพชญ์, วัดพนัญเชิงวรวิหาร, ปางช้างอยุธยา, วัดมหาธาตุ พระราชวังบางปะอิน, วัดราชบูรณะ, วัดไชยวัฒนาราม และวัดหน้าพระเมรุ เท่ากับร้อยละ 14.5, 13.0, 11.2, 9.0, 7.8, 6.0, 5.5, 4.2 และ 3.5 ตามลำดับ

9. ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ไม่กำหนด ช่วงเวลาที่แน่นอน, วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ, ช่วงที่มีเทศกาล/งานประเพณี, วันธรรมดา และวันหยุดพักร้อน หรือเท่ากับร้อยละ 17.2, 13.8, 9.2, 5.8 และ 5.2 ตามลำดับ

10. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ รถนำเที่ยว, รถโดยสารประจำทาง, รถไฟ และเรือ หรือเท่ากับร้อยละ 18.3, 11.2, 2.0 และ 0.2 ตามลำดับ

11. กิจกรรมที่ทำในการมาท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ชีจักรยาน/รถราง เพื่อเที่ยวชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ, นั่งเรือชมรอบเมืองอยุธยา, รับประทานอาหารขึ้นชื่อท้องถิ่น, ชื้อของฝาก/ของที่ระลึก หรือเท่ากับร้อยละ 27.2, 9.8, 5.8 และ 4.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี (แสดงใน ภาคผนวก ก ตาราง 1-4) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) เท่ากับ 10,001-20,000 บาท

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านราคामลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในด้านราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม , ราคาพาหนะในการเดินทาง และราคาของสินค้าและของที่ระลึก

พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาที่พักมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือมี

ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.08 ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.61 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.29 ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาพาหนะในการเดินทางมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.79 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.62 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว

พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.58 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.65 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.26 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.84 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.23 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.04 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

1. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ในการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว และความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคาพาหนะในการเดินทาง ราคาพาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ราคาพาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน, ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคาของสินค้าและของที่ระลึก ราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)และด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ราคาของสินค้าและของที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ในการทดสอบปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว และความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ตและนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านโทรทัศน โทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่โทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอินเตอร์เน็ต อินเตอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) , ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว และด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่อินเตอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) ,ด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาผู้วิจัยขออภิปรายผล ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในระยะเวลา 1 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดจำนวน 1-5 ครั้ง รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง ,11-15 ครั้ง และมากกว่า 15 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมาคือ ค้างคืน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือ บ้านญาติ/เพื่อน, บังกะโล/รีสอร์ท, เกสต์เฮาส์ และบ้านรับรอง ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักค้างคืน 1 คืนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมาคือ ระยะเวลา 2 คืน และ 3 คืน ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 1,000 – 1,500 บาท ต่อครั้ง/คน ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1,000บาท ต่อครั้ง/คน , 1,501 – 2,000บาท ต่อครั้ง/คน, 2,001 – 2,500 บาท ต่อครั้ง/คน, 2,501 – 3,000บาท ต่อครั้ง/คน, 3,000บาท ต่อครั้ง/คนขึ้นไป ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย อันดับ 1 ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม อันดับ 2 ได้แก่ ด้านพาหนะในการเดินทาง อันดับ 3 ได้แก่ ด้านซื้อของฝาก ตามลำดับ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกโดยให้เหตุผลว่า ต้องการมาไหว้พระที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมา คือ อยู่ใกล้, การเดินทางสะดวก, เสียค่าใช้จ่ายน้อย, ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว, มาเยี่ยมญาติ, ต้องการมาเที่ยวชมโบราณสถานโบราณวัตถุ, ต้องการมาเที่ยวเมืองเก่า และอาหารอร่อย ตามลำดับ (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5) นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกให้เหตุผลว่า ระยะทางไกลจากที่อยู่อาศัย (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 79.8 และไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อน คิดเป็นร้อยละ 20.2 ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติมากที่สุด รองลงมาคือเดินทางมากับเพื่อน, บริษัทนำเที่ยว, ที่ทำงาน และเดินทางมาคนเดียว ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาเพื่อท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด รองลงมาคือ มีวัตถุประสงค์ในการมาทำบุญ/ไหว้พระ, ประชุม/สัมมนา, เยี่ยมญาติ/เพื่อน และปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุดคือวัดใหญ่ชัยมงคล รองลงมาคือวัดมงคลบพิตร, วัดพระศรีสรรเพชญ์, วัดพนัญเชิงวรวิหาร, ปางช้างอยุธยา, วัดมหาธาตุ พระราชวังบางปะอิน, วัดราชบูรณะ, วัดไชยวัฒนาราม และวัดหน้าพระ ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ รองลงมาคือ ไม่กำหนดช่วงเวลาแน่นอน, วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ, ช่วงที่มีเทศกาล/งานประเพณี, วันธรรมดา และวันหยุดพักร้อน ตามลำดับ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ รถส่วนตัว รองลงมาคือ รถนำเที่ยว, รถโดยสารประจำทาง, รถไฟ และเรือ ตามลำดับ กิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สุดคือ ไหว้พระ รองลงมาคือ ชีจักรยาน/รถราง เพื่อเที่ยวชมโบราณสถาน

โบราณวัตถุ, นั่งเรือชมรอบเมืองอยุธยา, รับประทานอาหารขึ้นชื่อท้องถิ่น, ชื่อของฝาก/ของที่ระลึก ตามลำดับ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์วรรณ วิพุทธขมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือนพบว่า ส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว โดยมีเพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มา ซึ่งทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว และส่วนมากไม่ค้างคืน นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรไกร เต็มถาวร (2547 : 151-159) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี นิยมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ พาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีคือ 1-5 ครั้ง

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 10,001-20,000 บาท (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 1 – 4) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์วรรณ วิพุทธขมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน

ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในด้านราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม , ราคาพาหนะในการเดินทาง และราคาของสินค้าและของที่ระลึก

ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาที่พักมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาพาหนะในการเดินทางมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านราคาของสินค้าและของที่ระลึกมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ใน

ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์วรรณ วิพุทธกษมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน โดยปัจจัยด้านราคาที่พักมีอิทธิพลกับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน ในระดับปานกลาง เช่นกัน และปัจจัยด้านราคาสินค้าและของฝาก มีอิทธิพลกับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน ในระดับปานกลาง เช่นกัน

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว

พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในด้านนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545 : 99-103) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง โดยสื่อ นิตยสาร เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ได้รับข้อมูลข่าวสารระดับปานกลางเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรไกร เต็มถาวร (2547 : 151-159) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน

2. สรุปผลการศึกษาจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)และด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักรักษาตัว และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรไกร เตมถาวร (2547 : 151-159) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดณ์ (2548 : 122-128) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลของการวิจัย พบว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับ จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวเช่นกัน

อาชีพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดณ์ (2548 : 122-128) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลของการวิจัย พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนัฏวรรณ วิบุตขมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า อาชีพเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยวเช่นกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง และราคาสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม, ราคาพาหนะในการเดินทาง, ราคาของสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านราคาที่พัก ราคาที่พักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม ราคาอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ด้านราคาพาหนะในการเดินทาง ราคาพาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

ด้านราคาของสินค้าและของที่ระลึก ราคาของสินค้าและของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และด้านระยะเวลาที่พักราคาคงคืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศน์วรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545 : 98-101) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน โดยให้ความสำคัญกับราคาที่พัก ราคาอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ตและนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี) และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 30 – 33)

โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 34 – 37)

อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวและความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 38 – 41)

นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี), ระยะเวลาที่พักค้างคืน และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว (แสดงในภาคผนวก ก ตาราง 42 – 45) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรไกร เต็มถาวร (2547 : 151-159) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ทางด้านนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 108-118) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชุมพร จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า โดยส่วนใหญ่มีผลรวมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับปานกลาง เช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า ราคาที่พัก, ราคาอาหารและเครื่องดื่ม และราคาพาหนะในการเดินทาง มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายมากที่สุด ดังนั้นทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรให้ความสำคัญในด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าวโดยการตรวจสอบและควบคุมระดับราคาให้เหมาะสม

2. ผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า สื่อจากการประชาสัมพันธ์ทั้งทางด้านวารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, อินเทอร์เน็ต และนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรเพิ่มสื่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างทั่วถึง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด และ

ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้จักความเข้าใจและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การนำแผ่นพับหรือใบปลิวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปวางไว้ที่ทำการหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และการประชาสัมพันธ์รายละเอียดการท่องเที่ยวผ่านทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ทำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

3. ผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆมากที่สุด โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุดคือการไหว้พระตามวัดต่างๆ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์โดยจะเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ ดังนั้นทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรเน้นพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกและความประทับใจในการท่องเที่ยว เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสำหรับครอบครัว โดยอาจเป็นกิจกรรมที่ทุกคนในครอบครัวสามารถทำร่วมกันได้ เช่น การตกปลา การพายเรือ ชี่จักรยาน นันทนาการต่างๆ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใดก็ตามที่สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ เหล่านี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมและอธิบายเชื่อมโยงในเรื่องของการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวที่มีการกระจายรายได้ไปสู่กลุ่มบุคคลและกลุ่มอาชีพใดบ้าง
2. ควรศึกษาปัจจัยทางด้านลบที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านต่างๆ เพื่อนำการศึกษานั้นมาพัฒนาจุดบกพร่องต่างๆที่เกิดขึ้นในการมาท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติควบคู่ไปกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงตามความพึงพอใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
4. ควรมีการศึกษาถึงกลุ่มบุคคลที่ยังไม่ได้ไปเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคกลาง ปี 2548. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2549. จาก <http://www.tat.or.th>
- โกมุทพันธุ์ ผลสินธุ์. (2542). การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพนิมิตการพิมพ์
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ลานนาการพิมพ์
- ดุษฎี ชุมสาย.มล. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ทัศนวรรณ วิพุทธขมานนท์. (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน. ปรินูญานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท วี.อินเตอร์ พรีนซ์ จำกัด
- นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ตำรา-เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 53 ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ.
- พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดน์. (2548). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- สุปัญญา ไชยชาญ. (2542). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท พี.เอ.ลีฟวิ่ง
- สรไกร เต็มถาวร. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดอุบลราชธานี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดชุมพร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อดิศร ฉายแสง. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- (2545). *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1.
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Albert E. Bartz. (1999). *Basic Statistical Concepts*. 4th ed. New Jersey.
- Del L. Hawkins, Roger J. Best ;& Kenneth A. Coney. (1986). *Consumer Behavior
Implications for Marketing Strategy*. 3ed. New Jersey : Business Pubrication, Inc.
- Gee, Chuck y., Dexter J.L. Choy ;& James C. Makens. (1984). *The Travel Industry*.
Westport Connecticut : AVI Publishing
- Hannes Werthner Stefan Klein. (1999). *Information Technology and Tourism A Challenging
Relationship*. New York
- Lind L. Price, Eric J. Arnould ;& George M. Zinkhan. (2004). *Consumer*. 2nd ed. New York :
the Mcgraw-Hill Companies, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ตารางแสดงผลการวิเคราะห์

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	191	47.8
หญิง	209	52.3
รวม	400	100.0

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	43	10.8
20-29 ปี	157	39.3
30-39 ปี	90	22.5
40-49 ปี	72	18.0
50-59 ปี	25	6.3
60 ปีขึ้นไป	13	3.3
รวม	400	100.0

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	194	48.5
สมรส	189	47.3
หม้าย/หย่าร้าง	17	4.3
รวม	400	100.0

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละวุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	30	7.5
มัธยมศึกษา	90	22.5
อนุปริญญา	67	16.8
ปริญญาตรี	192	48.0
สูงกว่าปริญญาตรี	21	5.3
รวม	400	100.0

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้	61	19.9
การเดินทางสะดวก	54	17.7
ต้องการมาไหว้พระที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	73	23.9
ต้องการมาเที่ยวชมโบราณสถานโบราณวัตถุ	15	4.9
ต้องการมาเที่ยวเมืองเก่า	14	4.6
มาเยี่ยมญาติ	17	5.6
ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว	26	8.3
อาหารอร่อย	7	2.3
เสียค่าใช้จ่ายน้อย	39	12.8
รวม	306	100.0
เหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก	จำนวน	ร้อยละ
ระยะทางไกลจากที่อยู่อาศัย	11	100.0
รวม	11	100.0

ตาราง 6 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ใน ระยะเวลา 1 ปี)		รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)				Total
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	44	53	76	53	226
	ร้อยละ	81.5	52.0	52.8	53.0	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	3	41	29	27	100
	ร้อยละ	5.6	40.0	20.2	27.0	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	3	1	28	10	42
	ร้อยละ	5.6	1.0	19.4	10.0	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	4	7	11	10	32
	ร้อยละ	7.3	6.9	7.6	10.0	8.0
รวม	จำนวน	54	102	144	100	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 47.784 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 7 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)				Total
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	
1 คืน	จำนวน	0	3	19	25	47
	ร้อยละ	.0	16.7	47.5	50.0	41.6
2 คืน	จำนวน	1	7	8	18	34
	ร้อยละ	20.0	38.9	20.0	36.0	30.0
3 คืน	จำนวน	4	8	13	7	32
	ร้อยละ	80.0	44.4	32.5	14.0	28.4
รวม	จำนวน	5	18	40	50	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 18.756 P (ความน่าจะเป็น) = .005 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 8 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)				Total
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	
ต่ำกว่า 1,000บาท	จำนวน	32	37	26	13	108
	ร้อยละ	59.2	36.3	18.1	13.0	27.0
1,000 – 1,50บาท	จำนวน	15	37	73	32	157
	ร้อยละ	27.8	36.3	50.6	32.0	39.1
1,501 – 2,00บาท	จำนวน	1	12	24	22	59
	ร้อยละ	1.9	11.8	16.7	22.0	14.7
2,001 – 2,50บาท	จำนวน	5	8	15	18	46
	ร้อยละ	9.2	7.8	10.4	18.0	11.7
2,501 – 3,00บาท	จำนวน	1	8	6	15	30
	ร้อยละ	1.9	7.8	4.2	15.0	7.5
รวม		54	102	144	100	400
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 71.592 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน) กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการ กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการ กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต		รายได้ต่อเดือน(เฉพาะของท่าน)				Total
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป	
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	54	102	142	96	394
	ร้อยละ	100.0	100.0	98.6	96.0	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	0	2	4	6
	ร้อยละ	.0	.0	1.4	4.0	1.5
รวม		54	102	144	100	400
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 6.618 P (ความน่าจะเป็น) = .085 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ใน
ระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		อาชีพ				Total
		รับราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	21	79	44	82	226
	ร้อยละ	55.2	44.9	68.8	67.2	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	12	68	5	15	100
	ร้อยละ	31.6	38.6	7.8	12.2	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	0	20	6	16	42
	ร้อยละ	.0	11.4	9.4	13.2	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	5	9	9	9	32
	ร้อยละ	13.2	5.1	14.0	7.4	8.0
รวม	จำนวน	38	176	64	122	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 54.681 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		อาชีพ				Total
		รับราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	ประกอบอาชีพส่วนตัว	
1 คืน	จำนวน	7	22	2	16	47
	ร้อยละ	25.9	45.8	33.3	50.0	41.6
2 คืน	จำนวน	7	17	1	9	34
	ร้อยละ	25.9	35.4	16.7	28.1	30.0
3 คืน	จำนวน	13	9	3	7	32
	ร้อยละ	48.2	18.8	50.0	21.9	28.4
รวม	จำนวน	27	48	6	32	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 10.218 P (ความน่าจะเป็น) = .116 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการ มาท่องเที่ยว	อาชีพ				Total
	รับ ราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	
ต่ำกว่า 1,000 บาท	4	38	36	30	108
	10.5	21.6	56.2	24.6	27.0
1,000 – 1,500 บาท	8	73	21	55	157
	21.1	41.5	32.8	45.1	39.4
1,501 – 2,000 บาท	10	34	0	15	59
	26.3	19.3	.0	12.3	14.8
2,001 – 2,500 บาท	9	15	6	16	46
	23.7	8.5	9.4	13.1	11.8
2,501 – 3,000 บาท	7	16	1	6	30
	18.4	9.1	1.6	4.9	4.0
รวม	38	176	64	122	400
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 64.825 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		อาชีพ				Total
		รับราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	38	172	62	122	394
	ร้อยละ	100.0	97.7	96.9	100.0	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	4	2	0	6
	ร้อยละ	.0	2.3	3.1	.0	1.5
รวม	จำนวน	38	176	64	122	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 4.292 P (ความน่าจะเป็น) = .368 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 14 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่พัก กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
 นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว
 (ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		ราคาที่พัก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	40	80	106	226
	ร้อยละ	62.5	55.9	54.9	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	10	29	61	100
	ร้อยละ	15.6	20.3	31.6	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	13	21	8	42
	ร้อยละ	20.3	14.7	4.2	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	1	13	18	32
	ร้อยละ	1.6	9.1	9.3	8.0
รวม	จำนวน	64	143	193	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 27.024 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่พัก กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		ราคาที่พัก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	7	23	17	47
	ร้อยละ	41.2	46.9	36.2	41.6
2 คืน	จำนวน	4	18	18	34
	ร้อยละ	23.5	36.7	38.3	30.0
3 คืน	จำนวน	6	8	12	32
	ร้อยละ	35.3	16.4	25.5	28.4
รวม	จำนวน	17	49	47	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 2.898 P (ความน่าจะเป็น) = .574 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 16 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่พัก กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว		ราคาที่พัก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	9	34	65	108
	ร้อยละ	14.1	23.8	33.7	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	36	57	64	157
	ร้อยละ	56.2	39.8	33.2	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	7	21	31	59
	ร้อยละ	10.9	14.7	16.1	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	6	19	21	46
	ร้อยละ	9.4	13.3	10.9	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	6	12	12	30
	ร้อยละ	9.4	8.4	6.1	7.5
รวม	จำนวน	64	143	193	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 16.699 P (ความน่าจะเป็น) = .033 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 17 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่พัก กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		ราคาที่พัก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	64	143	187	394
	ร้อยละ	100.0	100.0	96.8	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	0	6	6
	ร้อยละ	.0	.0	3.2	1.5
รวม	จำนวน	64	143	193	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 8.857 P (ความน่าจะเป็น) = .065 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการ
 ท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		ราคาอาหารและเครื่องดื่ม			Total
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	54	113	59	226
	ร้อยละ	73.0	50.0	59.0	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	10	58	32	100
	ร้อยละ	13.5	25.7	32.0	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	10	28	4	42
	ร้อยละ	13.5	12.4	4.0	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	0	27	5	32
	ร้อยละ	.0	11.9	5.0	8.0
รวม	จำนวน	74	226	100	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 28.138 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		ราคาอาหารและเครื่องดื่ม			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	8	26	13	47
	ร้อยละ	57.2	40.0	38.2	41.6
2 คืน	จำนวน	3	22	9	34
	ร้อยละ	21.4	33.8	26.5	30.1
3 คืน	จำนวน	3	17	12	32
	ร้อยละ	21.4	26.2	35.3	28.3
รวม	จำนวน	14	65	34	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 2.674 P (ความน่าจะเป็น) = .614 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา
 ท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		ราคาอาหารและเครื่องดื่ม			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	7	75	26	108
	ร้อยละ	9.5	33.2	26.0	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	40	76	41	157
	ร้อยละ	54.0	33.6	41.0	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	13	30	16	59
	ร้อยละ	17.6	13.3	16.0	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	8	28	10	46
	ร้อยละ	10.8	12.4	10.0	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	6	17	7	30
	ร้อยละ	8.1	7.5	7.0	7.5
รวม	จำนวน	74	226	100	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 18.992 P (ความน่าจะเป็น) = .015 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยว
 อีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		ราคาอาหารและเครื่องดื่ม			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	74	222	97	394
	ร้อยละ	100.0	98.2	97.9	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	4	2	6
	ร้อยละ	.0	1.8	2.1	1.5
รวม	จำนวน	74	226	99	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 1.611 P (ความน่าจะเป็น) = .807 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาพาหนะในการเดินทาง กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)		ราคาพาหนะในการเดินทาง			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	39	105	82	226
	ร้อยละ	69.6	51.0	59.4	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	10	53	37	100
	ร้อยละ	17.9	25.7	26.8	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	2	25	15	42
	ร้อยละ	3.6	12.1	10.9	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	5	23	4	32
	ร้อยละ	8.9	11.2	2.9	8.0
รวม	จำนวน	56	206	138	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 14.635 P (ความน่าจะเป็น) = .023 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาพาหนะในการเดินทาง กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักพักค้างคืน		ราคาพาหนะในการเดินทาง			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	6	22	19	47
	ร้อยละ	50.0	44.9	36.6	41.6
2 คืน	จำนวน	4	15	15	34
	ร้อยละ	33.3	30.6	28.8	30.0
3 คืน	จำนวน	2	12	18	32
	ร้อยละ	16.7	24.5	34.6	28.4
รวม	จำนวน	12	49	52	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 2.282 P (ความน่าจะเป็น) = .684 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาพาหนะในการเดินทาง กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		ราคาพาหนะในการเดินทาง			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	13	58	37	108
	ร้อยละ	23.2	28.2	26.8	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	24	84	49	157
	ร้อยละ	42.8	40.8	35.5	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	10	29	20	59
	ร้อยละ	17.9	14.1	14.5	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	5	19	22	46
	ร้อยละ	8.9	9.2	15.9	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	4	16	10	30
	ร้อยละ	7.2	7.8	7.3	7.5
รวม		56	206	128	400
		100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 5.296 P (ความน่าจะเป็น) = .725 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาพาหนะในการเดินทาง กับพฤติกรรม
 การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมา
 ท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมาท่องเที่ยว อีกในอนาคต		ราคาพาหนะในการเดินทาง			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	56	204	134	394
	ร้อยละ	100.0	99.0	97.1	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	2	4	6
	ร้อยละ	.0	1.0	2.9	1.5
รวม	จำนวน	56	206	138	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 3.683 P (ความน่าจะเป็น) = .298 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 26 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าและของที่ระลึก กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		ราคาของสินค้าและของที่ระลึก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	14	96	116	226
	ร้อยละ	58.3	63.6	51.6	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	10	44	46	100
	ร้อยละ	41.7	29.1	20.4	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	0	5	37	42
	ร้อยละ	.0	3.3	16.4	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	0	6	26	32
	ร้อยละ	.0	4.0	11.6	8.0
รวม	จำนวน	24	151	225	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 33.955 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 27 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าและของที่ระลึก กับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พัก
ค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		ราคาของสินค้าและของที่ระลึก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	3	10	34	47
	ร้อยละ	60.0	25.0	50.0	41.6
2 คืน	จำนวน	2	12	20	34
	ร้อยละ	40.0	30.0	29.4	30.0
3 คืน	จำนวน	0	18	14	32
	ร้อยละ	.0	45.0	20.6	28.4
รวม	จำนวน	5	40	68	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 11.166 P (ความน่าจะเป็น) = .025 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 28 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าและของที่ระลึก กับ
พฤติกรรมगतท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/
คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		ราคาของสินค้าและของที่ระลึก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	6	50	52	108
	ร้อยละ	25.0	33.1	23.1	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	11	46	100	157
	ร้อยละ	45.8	30.5	44.4	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	3	18	38	59
	ร้อยละ	12.6	11.9	16.9	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	2	21	23	46
	ร้อยละ	8.3	13.9	10.2	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	2	16	12	30
	ร้อยละ	8.3	10.6	5.4	7.5
รวม	จำนวน	24	151	225	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 14.417 P (ความน่าจะเป็น) = .072 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 29 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าและของที่ระลึก กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		ราคาของสินค้าและของที่ระลึก			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	24	151	219	394
	ร้อยละ	100.0	100.0	97.3	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	0	6	6
	ร้อยละ	.0	.0	2.7	1.5
รวม	จำนวน	24	151	225	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 6.337 P (ความน่าจะเป็น) = .175 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	11	100	115	226
	ร้อยละ	17.5	69.0	59.9	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	11	40	49	100
	ร้อยละ	17.5	27.6	25.5	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	25	5	12	42
	ร้อยละ	39.7	3.4	6.3	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	16	0	16	32
	ร้อยละ	25.3	.0	8.3	8.0
รวม	จำนวน	63	145	192	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 119.94 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 31 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	11	23	13	47
	ร้อยละ	45.8	42.6	37.1	41.6
2 คืน	จำนวน	9	12	13	34
	ร้อยละ	37.5	22.2	37.1	30.0
3 คืน	จำนวน	4	19	9	32
	ร้อยละ	16.7	35.2	25.8	28.4
รวม	จำนวน	24	54	35	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 4.544 P (ความน่าจะเป็น) = .337 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 32 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	13	31	64	108
	ร้อยละ	20.6	21.4	33.3	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	23	44	90	157
	ร้อยละ	36.5	30.4	46.9	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	15	26	18	59
	ร้อยละ	23.8	17.9	9.4	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	8	26	12	46
	ร้อยละ	12.7	17.9	6.2	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	4	18	8	30
	ร้อยละ	6.4	12.4	4.2	7.5
รวม	จำนวน	63	145	192	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 37.169 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	13	198	183	394
	ร้อยละ	100.0	100.0	96.8	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	0	6	6
	ร้อยละ	.0	.0	3.2	1.5
รวม	จำนวน	13	198	189	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 6.800 P (ความน่าจะเป็น) = .147 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 34 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		โทรทัศน์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	19	109	98	226
	ร้อยละ	46.3	59.6	55.7	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	12	41	47	100
	ร้อยละ	29.3	22.4	26.7	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	5	21	16	42
	ร้อยละ	12.2	11.5	9.1	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	5	12	15	32
	ร้อยละ	12.2	6.5	8.5	8.0
รวม	จำนวน	41	183	176	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 4.119 P (ความน่าจะเป็น) = .661 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 35 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		โทรทัศน์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
1 คืน	จำนวน	0	25	22	47
	ร้อยละ	.0	39.7	50.0	41.6
2 คืน	จำนวน	3	15	16	34
	ร้อยละ	50.0	23.8	36.4	30.1
3 คืน	จำนวน	3	23	6	32
	ร้อยละ	50.0	36.5	13.6	28.3
รวม	จำนวน	6	63	44	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 11.328 P (ความน่าจะเป็น) = .023 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 36 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		โทรทัศน์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	14	53	41	108
	ร้อยละ	34.1	30.1	22.4	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	12	80	65	157
	ร้อยละ	29.3	45.5	35.5	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	10	14	35	59
	ร้อยละ	24.4	8.0	19.1	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	2	20	24	46
	ร้อยละ	4.9	11.4	13.2	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	3	9	18	30
	ร้อยละ	7.3	5.0	9.8	7.5
รวม	จำนวน	41	32	183	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 21.375 P (ความน่าจะเป็น) = .006 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 37 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง โทรทัศน์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		โทรทัศน์			
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	41	177	176	394
	ร้อยละ	100.0	96.7	100.0	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	6	0	6
	ร้อยละ	.0	3.3	.0	1.5
รวม	จำนวน	41	183	176	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 7.223 P (ความน่าจะเป็น) = .125 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 38 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง อินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
 นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว(ใน
 ระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		อินเทอร์เน็ต				Total
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	29	100	54	43	226
	ร้อยละ	60.4	56.5	58.7	51.8	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	3	43	33	21	100
	ร้อยละ	6.3	24.3	35.9	25.3	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	10	18	2	12	42
	ร้อยละ	20.8	10.2	2.2	14.5	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	6	16	3	7	32
	ร้อยละ	12.5	9.0	3.2	8.4	8.0
รวม	จำนวน	48	177	92	83	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 27.937 P (ความน่าจะเป็น) = .001 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 39 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้างคืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		อินเทอร์เน็ต				Total
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1 คืน	จำนวน	8	22	12	5	47
	ร้อยละ	72.7	36.6	37.4	50.0	41.6
2 คืน	จำนวน	3	19	10	2	34
	ร้อยละ	27.3	31.7	31.3	20.0	30.0
3 คืน	จำนวน	0	19	10	3	32
	ร้อยละ	.0	31.7	31.3	30.0	28.4
รวม	จำนวน	11	60	32	10	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 7.103 P (ความน่าจะเป็น) = .311 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 40 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง อินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		อินเทอร์เน็ต				Total
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	16	35	30	27	108
	ร้อยละ	33.3	19.8	32.6	32.5	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	15	74	33	35	157
	ร้อยละ	31.3	41.8	35.9	42.2	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	13	22	14	10	59
	ร้อยละ	27.1	12.5	15.2	12.1	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	3	30	6	7	46
	ร้อยละ	6.2	16.9	6.5	8.4	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	1	16	9	4	30
	ร้อยละ	2.1	9.0	9.8	4.8	7.5
รวม	จำนวน	48	177	92	83	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 25.948 P (ความน่าจะเป็น) = .011 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 41 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง อินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		อินเทอร์เน็ต				Total
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	41	177	139	37	394
	ร้อยละ	100.0	96.7	100.0	100.0	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	0	6	0	0	6
	ร้อยละ	.0	3.3	.0	.0	1.5
รวม	จำนวน	41	183	139	37	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 17.999 P (ความน่าจะเป็น) = .001 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 42 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านจำนวนครั้งในการ
ท่องเที่ยว(ในระยะเวลา 1 ปี)

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (ในระยะเวลา 1 ปี)		นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	Total
1 – 5 ครั้ง	จำนวน	90	97	39	226
	ร้อยละ	78.9	62.2	30.0	56.5
6 – 10 ครั้ง	จำนวน	19	48	33	100
	ร้อยละ	16.6	30.8	25.4	25.0
11 – 15 ครั้ง	จำนวน	3	7	32	42
	ร้อยละ	2.7	4.5	24.6	10.5
มากกว่า 15 ครั้ง	จำนวน	2	4	26	32
	ร้อยละ	1.8	2.5	20.0	8.0
รวม	จำนวน	114	156	130	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 103.94 P (ความน่าจะเป็น) = .000 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 43 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านระยะเวลาที่พักค้าง
คืน

ระยะเวลาที่พักค้างคืน		นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	Total
1 คืน	จำนวน	14	18	15	47
	ร้อยละ	50.0	43.9	34.1	41.6
2 คืน	จำนวน	3	16	15	34
	ร้อยละ	10.7	39.0	34.1	30.0
3 คืน	จำนวน	11	7	14	32
	ร้อยละ	39.3	17.1	31.8	28.4
รวม	จำนวน	28	41	44	113
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 9.150

P (ความน่าจะเป็น) = .05

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 44 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการมาท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมา ท่องเที่ยว		นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	Total
ต่ำกว่า 1,000 บาท	จำนวน	26	36	46	108
	ร้อยละ	22.8	23.1	35.4	27.0
1,000 – 1,500 บาท	จำนวน	56	56	45	157
	ร้อยละ	49.1	35.9	34.6	39.2
1,501 – 2,000 บาท	จำนวน	13	31	15	59
	ร้อยละ	11.4	19.9	11.5	14.8
2,001 – 2,500 บาท	จำนวน	16	20	16	46
	ร้อยละ	8.8	12.8	12.3	11.5
2,501 – 3,000 บาท	จำนวน	9	13	8	30
	ร้อยละ	7.9	8.3	6.2	7.5
รวม	จำนวน	114	156	130	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 15.085 P (ความน่าจะเป็น) = .05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 45 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านความต้องการ
กลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวอีกในอนาคต		นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	Total
ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	112	154	128	394
	ร้อยละ	98.2	98.7	98.4	98.5
ไม่ต้องการกลับมาอีก	จำนวน	2	2	2	6
	ร้อยละ	1.8	1.3	1.6	1.5
รวม	จำนวน	114	156	130	400
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

Chi-Square= 0.586 P (ความน่าจะเป็น) = .965 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา"

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน

- | | |
|-----------------|---|
| <u>ตอนที่ 1</u> | พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา |
| <u>ตอนที่ 2</u> | ปัจจัยส่วนบุคคล |
| <u>ตอนที่ 3</u> | ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว |
| <u>ตอนที่ 4</u> | ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ |

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

นภาพรรณ อรุณจันทร์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อนหรือไม่
() 1. เคย () 2. ไม่เคย (ข้ามไปทำข้อ 11)
- ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมาท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวนกี่ครั้ง
() 1. 1 – 5 ครั้ง () 2. 6 – 10 ครั้ง
() 3. 11 – 15 ครั้ง () 4. มากกว่า 15 ครั้ง
- ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาท่านมากับใคร
() 1. คนเดียว () 2. ครอบครัว/ญาติ
() 3. เพื่อน () 4. บริษัทนำเที่ยว
() 5. ที่ทำงาน () 6. อื่นๆ(ระบุ).....
- วัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของท่านคืออะไร
() 1. ท่องเที่ยว () 2. ทำบุญ/ไหว้พระ
() 3. เยี่ยมญาติ/เพื่อน () 4. ประชุม/สัมมนา
() 5. ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ () 6. อื่นๆ(ระบุ).....
- สถานที่ที่ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาคือสถานที่ใด
() 1. วัดใหญ่ชัยมงคล () 2. วัดราชบูรณะ
() 3. วัดมงคลบพิตร () 4. วัดพระศรีสรรเพชญ์
() 5. วัดมหาธาตุ () 6. วัดพนัญเชิงวรวิหาร
() 7. ปางช้างอยุธยา () 8. พระราชวังบางปะอิน
() 9. วัดหน้าพระเมรุ () 10. วัดไชยวัฒนาราม
() 11. อื่นๆ(ระบุ).....
- ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยส่วนใหญ่ท่านมักจะมาในช่วงใด
() 1. วันธรรมดา () 2. วันหยุดสุดสัปดาห์
() 3. วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ () 4. วันหยุดพักร้อน
() 5. ช่วงที่มีเทศกาล/งานประเพณี () 6. ไม่กำหนดช่วงเวลาแน่นอน
() 7. อื่นๆ(ระบุ).....

7. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางของท่านคืออะไร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 2. รถนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 3. รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> 4. รถไฟ. |
| <input type="checkbox"/> 5. เรือ | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ(ระบุ)..... |

8. กิจกรรมที่ท่านมักทำในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาคืออะไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ซื้จักรยาน/รถราง เพื่อเที่ยวชมโบราณสถาน
โบราณวัตถุ | <input type="checkbox"/> 2. นั่งเรือชมรอบเมืองอยุธยา |
| <input type="checkbox"/> 3. ไหว้พระ | <input type="checkbox"/> 4. รับประทานอาหารขึ้นชื่อท้องถิ่น |
| <input type="checkbox"/> 5. ซื้ของฝาก/ของที่ระลึก | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ(ระบุ)..... |

9. ท่านพักค้างคืนหรือไม่ในการมาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้

- | | |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ค้าง | <input type="checkbox"/> 2. ไม่ค้าง (ข้ามไปทำข้อ19) |
|----------------------------------|---|

10. ท่านพักค้างคืนที่ใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. โรงแรม | <input type="checkbox"/> 2. เกสต์เฮาส์ |
| <input type="checkbox"/> 3. บังกะโล/รีสอร์ท | <input type="checkbox"/> 4. บ้านญาติ/เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 5. บ้านรับรอง | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆโปรดระบุ..... |

11. ระยะเวลาที่ท่านพักค้างคืนจำนวนกี่คืน

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 คืน | <input type="checkbox"/> 2. 2 คืน |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 คืน | <input type="checkbox"/> 4. 4 คืน |
| <input type="checkbox"/> 5. 5 คืน | <input type="checkbox"/> 6. 6 คืนขึ้นไป |

12. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของท่านเป็นจำนวนเท่าไร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1,000 บาท/ครั้ง/คน | <input type="checkbox"/> 2. 1,000 – 1,500 บาท/ครั้ง/คน |
| <input type="checkbox"/> 3. 1,501 – 2,000 บาท/ครั้ง/คน | <input type="checkbox"/> 4. 2,001 – 2,500 บาท/ครั้ง/คน |
| <input type="checkbox"/> 5. 2,501 – 3,000 บาท/ครั้ง/คน | <input type="checkbox"/> 6. 3,000 บาท/ครั้ง/คนขึ้นไป |

13. เรียงลำดับหมวดค่าใช้จ่ายที่ท่านเสียค่าใช้จ่ายมากที่สุดอันดับ1, อันดับ2 และอันดับ3

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ค่าที่พัก |
| <input type="checkbox"/> 2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม |
| <input type="checkbox"/> 3. ค่าพาหนะในการเดินทาง |
| <input type="checkbox"/> 4. ค่าซื้ของฝาก |
| <input type="checkbox"/> 5. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆโปรดระบุ..... |

14. ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกหรือไม่

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต้องการกลับมาอีก |
| <input type="checkbox"/> 2. ไม่ต้องการกลับมาอีก |

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านราคา

22. ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของท่านมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ราคาที่พัก					
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
3. ราคาพาหนะการเดินทาง					
4. ราคาสินค้าและของที่ระลึก					

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

23. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากการประชาสัมพันธ์เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. วารสาร/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์					
2. โทรทัศน์					
3. อินเทอร์เน็ต					
3. นิทรรศการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว.					

ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5646

ที่ ศธ 0519.12/ 3 / 6 ๘ วันที่ ๓๐ มีนาคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การ
จัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี อาจารย์ไมตรี
อภิพัฒนะมนตรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์
ประภาพร เพ็ญฟูสกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัด เป็นผู้เชี่ยวชาญให้
นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสุรี จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0519.12/ 3169

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มีนาคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ฉลอง สุนทรนนท์

เนื่องด้วย นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การ
จัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี อาจารย์ไมตรี
อภิพัฒนะมนตรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็น
ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณา เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนภาพรรณ
อรุณจันทร์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 035 - 261473 มือถือ 081 - 6114238



ที่ ศธ 0519.12/3.2 3 6

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

4 เมษายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 6

เนื่องด้วย นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณา เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 035 - 261473 มือถือ 081 - 6114238

ภาคผนวก ง
จดหมายขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย



ที่ ศธ 0519.12/3 /ร 8

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มีนาคม 2550

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่องเที่ยวไทย สำนักงานภาคกลางเขต 6

เนื่องด้วย นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการ วิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในระหว่างเดือนเมษายน 2550

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์ ได้ เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสุรี จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 035-261473 มือถือ 081-6114238

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวนภาพรรณ อรุณจันทร์
 วันเดือนปีเกิด 15 กรกฎาคม 2524
 สถานที่เกิด อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 44/74 ม.9 ต.บ้านเลน อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา 13160

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 จากโรงเรียนสวรรคค่อนันต์วิทยา จ.สุโขทัย

พ.ศ. 2546 รัฐศาสตร์
 จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2550 เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การจัดการ)
 จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร