

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2552



© 2552

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัย นางสาวปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

[Redacted]

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

[Redacted]

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรัณยพงษ์ เทียงธรรม)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

[Redacted]

(ดร.จिरพันธ์ สกฤณา)

[Redacted]

(ดร.สุदारัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดมนากุล)

กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน มกราคม พ.ศ. 2552

ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2552, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (144 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่า จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 คน ซึ่งใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยว กับเพื่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมา ท่องเที่ยววันเดียว และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับ ข่าวสารการท่องเที่ยวจาก บุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้าน บทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัย ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาว ไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และ ได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผล ให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและ สิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และ บทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง และ แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้าน โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และ บทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากคณาจารย์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ ผู้ซึ่งให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและตรวจทานแก้ไข ตลอดจนกรุณาติดตามความคืบหน้าของการศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณบรรพจารย์และเจ้าของผลงานทางวิชาการทุกท่าน ตามรายละเอียดที่ปรากฏในบรรณานุกรม รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท วิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพทุกท่านที่ให้คอยความช่วยเหลือ และคำแนะนำเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัว ที่ส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องการศึกษา เป็นกำลังใจ อีกทั้งยังได้พำนักให้ข้าพเจ้าตระหนักในคุณค่าของการศึกษา ความมุ่งมั่นมานะพากเพียรตลอดมา ตลอดจนเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือตลอดมา คุณประโยชน์ทั้งหมดที่เกิดจากการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอบแต่ ผู้มีพระคุณทุกท่าน และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยเป็นอย่างสูงและขออ้อมรับข้อผิดพลาดนั้น ผู้ศึกษาหวังว่าการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้คงมีประโยชน์ไม่มากนักน้อย สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตในการศึกษา	5
1.4 กรอบแนวคิดของการศึกษา	6
1.5 สมมติฐานของการศึกษา	7
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนันทนาการ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	11
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	20
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	29
2.2 ลักษณะทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	33
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากร และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	49
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	52
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	55
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	60
4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	66
4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	89
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา	
5.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	116
5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	117
5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	117
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	
5.2.1 ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน	117
5.2.2 ลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน	118

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 อภิปรายผลการศึกษา	120
5.4 การนำผลการศึกษาไปใช้	121
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	123
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	127



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนสถิติของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2550	3
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	22
ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	47
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	52
ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	52
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	53
ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	53
ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	54
ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	54
ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	55
ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	56
ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	57
ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	58
ตารางที่ 4.12 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	58
ตารางที่ 4.13 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	59
ตารางที่ 4.14 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	59
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย	60
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านราคาสินค้าและบริการ ในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านการคมนาคม ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	62
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านความปลอดภัย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	62
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านการบริการ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	63
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านของที่ระลึก ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	64
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านบทบาทของรัฐ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	64
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านต่าง ๆ	65
ตารางที่ 4.23 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	66
ตารางที่ 4.24 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.25 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ	69
ตารางที่ 4.26 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคินค้าและบริการ จำแนกตามอายุ	69
ตารางที่ 4.27 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามอายุ	70
ตารางที่ 4.28 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ	70
ตารางที่ 4.29 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ	71
ตารางที่ 4.30 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 4.31 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 4.32 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.33 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา	75
ตารางที่ 4.34 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	76
ตารางที่ 4.35 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ	77
ตารางที่ 4.36 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพ	77
ตารางที่ 4.37 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	78
ตารางที่ 4.38 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ	80
ตารางที่ 4.39 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามอาชีพ	80
ตารางที่ 4.40 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามอาชีพ	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.41 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ	82
ตารางที่ 4.42 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ	82
ตาราง 4.43 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ	83
ตารางที่ 4.44 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามอาชีพ	84
ตารางที่ 4.45 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	86
ตาราง 4.46 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามรายได้	87
ตารางที่ 4.47 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามรายได้	87
ตารางที่ 4.48 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามรายได้	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.49 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	90
ตารางที่ 4.50 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	91
ตารางที่ 4.51 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	92
ตารางที่ 4.52 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	92
ตารางที่ 4.53 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	93
ตารางที่ 4.54 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4.55 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.56 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	96
ตารางที่ 4.57 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยว	97
ตารางที่ 4.58 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อบุคคลที่ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	98
ตารางที่ 4.59 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	100
ตารางที่ 4.60 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามพาหนะ ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	101
ตารางที่ 4.61 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 4.62 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	102
ตารางที่ 4.63 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	103
ตาราง 4.64 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	104
ตารางที่ 4.65 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	106
ตารางที่ 4.66 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	107
ตารางที่ 4.67 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	108
ตารางที่ 4.68 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.69 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	109
ตารางที่ 4.70 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	109
ตารางที่ 4.71 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	110
ตารางที่ 4.72 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	112
ตารางที่ 4.73 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว	113
ตารางที่ 4.74 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว	114

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิด	3
ภาพที่ 2.1 แสดงระบบการท่องเที่ยว	12
ภาพที่ 2.2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภค	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าสู่ประเทศ โดยจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลและหน่วยงานของกลุ่มประเทศนั้น ๆ ต่างพากันจัดตั้งองค์การด้านการท่องเที่ยว เพื่อหวังที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงาน สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ ก่อเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายการพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณสุข ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจ โรงแรม การขนส่ง ภัตตาคาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคมและปัญหาเศรษฐกิจ ตลอดจนการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคนได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวาง ทำให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แต่ละประเทศมีอยู่ ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละประเทศ จะรู้จักใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ตนมีอยู่นั้นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ยิ่งการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นเพียงใด ก็ยิ่งจะเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของประเทศให้คนทั้งโลกได้รู้จักมากขึ้น

การท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์มากขึ้น เมื่อมีประชากรที่เพิ่มขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้น การดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม เศรษฐกิจเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ความต้องการที่จะพักผ่อนจึงมีมากขึ้นตามไปด้วย การท่องเที่ยวจึงเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ที่นักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตที่ซ้ำซากจำเจ หลังจากการทำงาน หลังจากการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ กดดันของสังคม การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อส่งเสริม

คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกันในหมู่เพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

ปัจจุบันรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และรายได้ที่มากจากการท่องเที่ยว นั้นจะกระจายไปสู่ประชาชนทุกระดับ รวมทั้งกระจายไปสู่ภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยก็คิดเป็นมูลค่ามหาศาล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า อยุธยา หรือกรุงศรีอยุธยา เป็นอดีตราชธานีของไทยนานถึง 417 ปี โดยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (สมเด็จพระเจ้าอู่ทอง) ทรงสร้างราชธานีเมื่อวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 1893 มีพระมหากษัตริย์ปกครองติดต่อกันมารวม 33 พระองค์ และได้สิ้นสุดลงไปในปี พ.ศ. 2310 หลังการเสียกรุงศรีอยุธยาใน พ.ศ. 2310 กรุงศรีอยุธยาอยู่ในสภาพระส่ำระสาย บ้านเรือนและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ถูกทำลายจนไม่เหมาะที่จะเป็นที่ตั้งราชธานีอีกต่อไป แต่กรุงศรีอยุธยา ก็มีได้เป็นเมืองร้าง เนื่องจากเป็นอู่ข้าวอู่น้ำที่สำคัญ เป็นชุมทางการคมนาคมระหว่างภาคและศูนย์เศรษฐกิจสำคัญ เพียงระยะเวลาประมาณ 60 ปีต่อมา กรุงศรีอยุธยา ก็เป็นเมืองที่มีประชากรอยู่กันหนาแน่นและมีความเจริญ มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมจนเป็นจังหวัดศูนย์กลางตอนบนดังปัจจุบัน

เนื่องจากกรุงศรีอยุธยาเจริญรุ่งเรืองมาหลายรัชสมัย จึงมีโบราณสถานปรากฏอยู่มากและถือว่าเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และวิทยาการความรู้ต่าง ๆ ที่สืบทอดความเป็นไทยมาจนถึงปัจจุบัน

คณะกรรมการว่าด้วยการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมสหประชาชาติ (UNESCO) ได้มีมติรับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งในใจกลางกรุงศรีอยุธยาไว้ในบัญชีมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย ซึ่งจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่าง ๆ ได้ทำร่วมกันจึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าของเราแห่งนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต และเมื่อสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับความอนุเคราะห์จากประเทศไทยได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ศรี-อยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบอำเภอพระนครศรีอยุธยา เช่น พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นต้น บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร เป็นต้น และบริเวณอำเภอนครหลวง อำเภอบางเอือ เช่น ปราสาทนครหลวง วัดสะตือที่มีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (นอน) ที่ยาวที่สุด และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น มีดอรัญญิก เป็นต้น รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณอำเภออื่น ๆ อีกมากมาย

ตารางที่ 1.1: แสดงจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ปี พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2550

ปี พ.ศ.	ผู้มาเยี่ยมชม	นักท่องเที่ยว	ผู้เดินทาง	รายได้ (ล้านบาท)
2546	2,711,607	447,412	2,264,195	3,656.90
2547	3,023,933	582,661	2,441,272	4,475.07
2548	3,260,589	625,674	2,634,915	4,781.09
2549	3,373,929	773,530	2,600,399	5,118.30
2550	3,780,702	1,095,500	2,685,202	6,549.53

ที่มา : สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2551 ก). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นวันที่ 12

พฤศจิกายน 2551 จาก <http://www.ayutthaya.go.th/city.htm> .

จากตาราง 1.1 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 3,784,617 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 2,593,106 คน และเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1,191,511 คน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2549 ร้อยละ 12.17 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 16.07 และเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 4.54

การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เนื่องจาก จังหวัดอยุธยามีความได้เปรียบในด้านของการเดินทางที่มีความสะดวกสบาย มีระยะทางใกล้กรุงเทพฯ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานยังคงได้รับความนิยม อาทิ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิงวรวิหาร วิหารพระมงคลบพิตร นอกจากนี้การที่ภาครัฐและเอกชนยังร่วมมือกันจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรม อาทิ การแข่งขันเรือนานาชาติและเรือยาวประเพณี การจัดงานประเพณีสงกรานต์กรุงเก่า งานลอยกระทงตามประเพณีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร การจัดงานลอยกระทงกรุงเก่า 4 มุมเมือง เป็นต้น จึงส่งผลดีต่อการเดินทางเข้าพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังคงอยู่บนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างสมบูรณ์ แต่ปัจจุบันทรัพยากรดังกล่าวเริ่มเสื่อมโทรมลง ส่วนหนึ่งมาจากการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย ขาดจิตสำนึก ขาดการบำรุงรักษา ขาดการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับปัจจุบันยังขาดการวางแผนและกรอบการดำเนินงานการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ส่งผลให้การท่องเที่ยว ประสบปัญหาอย่างมากมาย เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ทั้งนี้เพื่อ ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อที่จะได้ทราบและประเมินได้ว่า ในด้านผลประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลทางวิชาการ เพื่อประกอบการตัดสินใจของรัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ในการวางแผนนโยบาย มาตรการ และแนวทางการทำงาน เพื่อให้อยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและประเทศ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

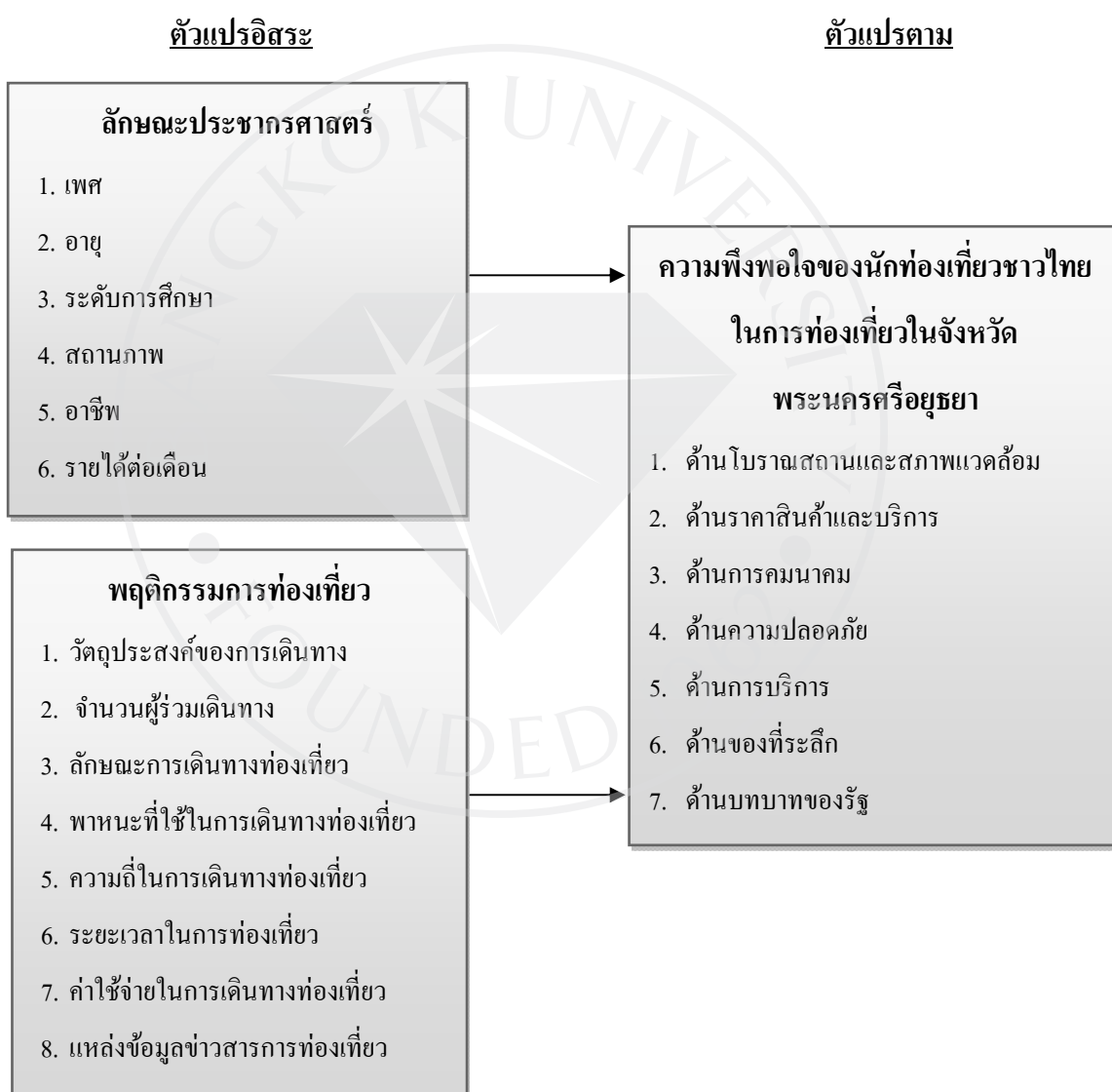
1.3 ขอบเขตในการศึกษา

1. ประชากรในวิจัยนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่าง ตามวิธีของทาโร ยามาเน่ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)
3. พื้นที่ที่ใช้ศึกษา คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. ระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2551
5. ตัวแปรในการศึกษา มี 2 ลักษณะดังนี้
 - 5.1 ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ และลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกได้ดังนี้
 - 5.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์
 - 5.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 - 5.2 ตัวแปรตาม คือ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกเป็น 7 ด้าน (สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ, 2549) ได้ดังนี้
 - 5.2.1 ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม
 - 5.2.2 ด้านราคาสินค้าและบริการ
 - 5.2.3 ด้านการคมนาคม
 - 5.2.4 ด้านความปลอดภัย
 - 5.2.5 ด้านการบริการ
 - 5.2.6 ด้านของที่ระลึก
 - 5.2.7 ด้านบทบาทของรัฐ

1.4 กรอบแนวความคิด

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แสดงกรอบแนวคิดให้เห็นถึงกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: แสดงกรอบแนวความคิด



1.5 สมมุติฐานของการศึกษา

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.2 อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.4 สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.5 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.6 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

2. ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

2.2 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

2.3 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

- 2.4 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
- 2.5 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
- 2.6 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
- 2.7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
- 2.8 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. สามารถนำข้อมูลวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง พัฒนา และวางแผนดำเนินนโยบาย มาตรการ กำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้มีเงินหมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้น ตลอดจนแก้ไขปัญหาการว่างงานของประเทศ
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ให้ความหมายของศัพท์ที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ บุคคลใด บุคคลหนึ่งเดินทางเข้ามาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมาศึกษาหาความรู้ และท่องเที่ยวพักผ่อนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หากแต่ไม่ได้มาอาศัยอยู่อย่างถาวร

2. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนองด้านจิตใจและร่างกาย ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้จริง กับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลจากการเปรียบเทียบนี้มีทั้งในแง่บวกและแง่ลบต่อบัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของรัฐในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

3. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่ประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ
1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) การเดินทางด้วยความสมัครใจ และ
3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่ไปเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

4. แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา เขตรักษาพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ ทะเล เขื่อน ฯลฯ รวมถึงสถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมที่เป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจทั้งก่อนใช้บริการการท่องเที่ยว การได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุของการมาท่องเที่ยว ตลอดจนถึงลักษณะการเข้ามาท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว

6. บัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม เป็นบัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ ศูนย์ข้อมูลมีความสะอาด ทักษะวิทยากรโดยรวมมีความสวยงามเหมาะสม เป็นต้น

7. บัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ เป็นบัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ค่าที่พัก/ค่าอาหาร ค่ายานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ ราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก เป็นต้น

8. บัจจัยด้านการคมนาคม เป็นบัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ถนนมีความสะอาดและสะดวกต่อ

การสัญจร ป้ายบอกเส้นทางรถท่องเที่ยวชัดเจน เข้าใจง่าย ความสะดวกในการเดินทาง เช่น ทางรถไฟ เรือ รถไฟ เป็นต้น

9. ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึง มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ มีจุดแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย เป็นต้น

10. ปัจจัยด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ การบริการของเจ้าหน้าที่ การบริการด้านสุขอนามัย เช่น ห้องน้ำ การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถ เป็นต้น

11. ปัจจัยด้านของที่ระลึก เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ราคาผลิตภัณฑ์ การให้บริการจากเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

12. ปัจจัยด้านบทบาทของรัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ การจัดการขยะ การจัดการสภาพภูมิทัศน์ การบูรณะด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.2 ลักษณะทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

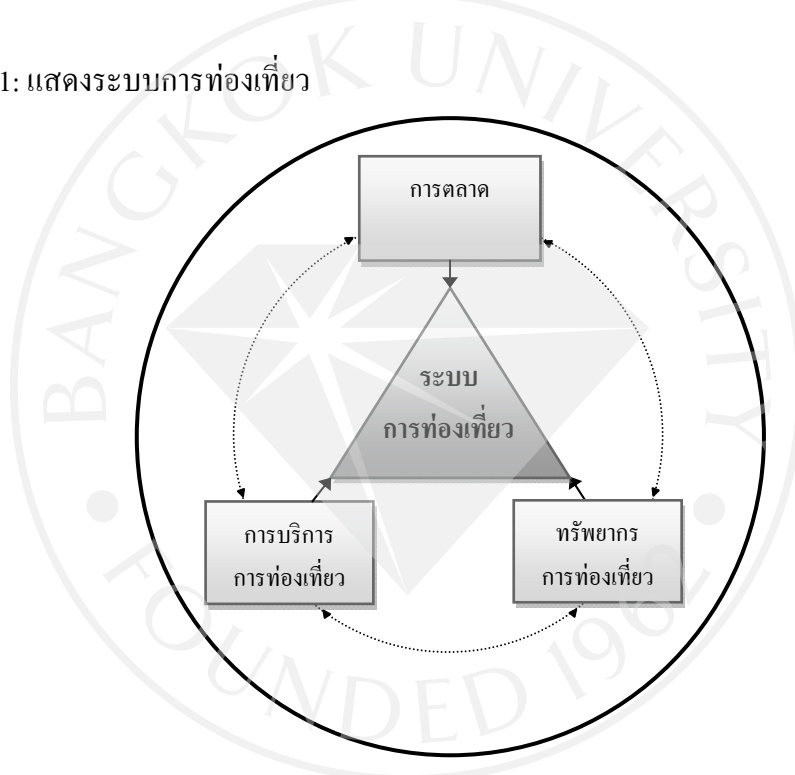
2.1.1.1 นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อย ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรง และจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่วันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้นการใช้ประโยชน์ของ

ทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น ๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจ และการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1: แสดงระบบการท่องเที่ยว



ที่มา : สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ทำมาดี.

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนารายขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

● กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มี บทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพัน เป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ซึ่งระบบจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.1.1.2 ธุรกิจการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจการนำเที่ยว และธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้า

เกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ที่จะกล่าวในที่นี้ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

1.1 ความสำคัญด้านเศรษฐกิจของประเทศ

1.1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศเข้าประเทศ เป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

1.1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

1.1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญ ก็จะไปถึงภูมิกษณัณนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้าง อาชีพ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

1.1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขาย ได้ทุกเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

1.2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ของมนุษย์ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

1.2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุข

1.2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัย

1.2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนใน ชนบท

1.2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

1.3.1 การเดินทางเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

1.3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ค้นเคย รู้ปัญหา ฟังพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

2. ประเภทการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจแยกตามลักษณะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ

2.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติของไทย เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ น้ำตกทีลอซู เขื่อนรัชชประภา ภูกระดึง เป็นต้น

2.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และปูชนียสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือปูชนียสถาน ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชน โบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

2.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธีงานประเพณีความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรมสินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประเพณีการบวชลูกแก้วจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

3. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ส่งเสริมให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยว และก่อนที่จะเกิดการเดินทาง มีอยู่สองประการ คือ สภาพเอื้อต่อการท่องเที่ยว (Enable Condition หรือ Travel Facilitator) และแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) สำหรับสภาพเอื้อเพื่อการท่องเที่ยวนั้น เป็นเงื่อนไขที่จะทำให้ผู้คน สามารถเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ เวลา (Time) และรายได้ (Income) สำหรับเรื่องปัจจัยเวลานั้น (Disposable

Income) สรุปได้ว่าทั้งเวลาและรายได้จะเป็นมูลเหตุปัจจัยให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ส่วนแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่างๆ (Travel Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ที่สำคัญคือ การขนส่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบแยกจากกันไม่ออก นักเดินทาง ต้องการการขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย มีความสุขสบาย และราคาพอที่จะทำให้สามารถใช้บริการ ได้ ถ้าราคาแพงเกินไปแรงกระตุ้นก็จะน้อยลง ในอดีตก่อนถึงศตวรรษที่ 19 การขนส่งไม่อยู่ใน สภาพที่ปลอดภัย ไม่รวดเร็ว และราคาก็ค่อนข้างแพง จึงไม่สามารถจะก่อให้เกิดการขยายตัวของ การท่องเที่ยวในอัตราที่น่าพอใจได้ ก่อนที่จะมีการนำรถปรับอากาศ (Coach) มาใช้ มีการนำเกวียนมาบรรทุก (Carrier's Wagon) ซึ่งเดินทางได้ช้ามาก เช่นระยะทางจากพระนครศรีอยุธยาไปถึงสุโขทัย เป็นระยะทางสั้นๆ ใช้เวลาเดินทางเป็นสัปดาห์ นอกจากเกวียนจะเดินทางได้ช้ามากแล้ว ถนนส่วนมากจะอยู่ในสภาพทรุดโทรม เพราะในฤดูฝนล้อเกวียนจะบดกับถนนจนกระทั่งกลายเป็นทะเลโคลน การเดินทางโดยเกวียนนอกจากจะไม่สะดวกแล้วยังไม่ปลอดภัยอีกด้วย

อย่างไรก็ตามเมื่อถึงศตวรรษที่ 18 มีการประดิษฐ์รถม้า (Stage Coach) ซึ่งทำให้การเดินทางมีความเร็ว และประหยัดเวลาลงได้มาก การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งเคยใช้เวลา นับเป็นวันๆ ก็เหลือเพียงเป็นชั่วโมงเท่านั้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการปรับปรุงยานพาหนะให้มีความเร็วขึ้นแล้วก็ตาม แต่ถนนก็ยังมีสภาพที่ทรุดโทรมอยู่ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2060 ได้มีการปรับปรุงการราดผิวถนนด้วยเครื่องจักรกล (Macadamias) จึงทำให้สภาพพื้นผิวถนนเรียบกว่าเดิม การเดินทางจึงสะดวกสบายมากกว่าที่เคยเป็น

เมื่อถึงยุคของรถไฟ ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางจึงเริ่มเป็นจริง ราคาของการ เดินทางโดยรถไฟก็อยู่ในฐานะที่คนส่วนใหญ่สามารถจะใช้บริการได้ ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัว อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเท่าเทียมกับการขนส่งก็คือที่พัก (Accommodation) เมื่อมีระบบขนส่งรถม้าและรถขนส่งไปรษณีย์แล้วจึงมีแรงผลักดันให้เกิดการสร้างที่พักอาศัยตามสถานที่ราชการต่างๆ มากมาย โดยเริ่มต้นการดัดแปลงให้มีที่พักในร้านเหล้า (Ale-House) ก่อน ต่อมาจึงมีการสร้างโรงแรมหรือโรงแรม (Inn) กันมากมาย สำหรับเมืองเล็กๆ

สรุปได้ว่าแรงจูงใจท่องเที่ยวในสมัยก่อนมีปัจจัยอยู่ที่ระบบการขนส่ง การคมนาคม และ การพัฒนาเรื่องที่พักอาศัย

ในอดีตแม้จะได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนไปบ้างแล้วก็ตาม แต่ปัญหาบางอย่างก็ยังคงอยู่ เช่น ปัญหาสุขอนามัย ความเสี่ยงต่อโรคร้าย และความไม่สะดวก ในการแลกเปลี่ยนเงินตรา นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องขนเงินไปกับตัวเองจำนวนมาก ซึ่งอาจจะทำให้เกิดอันตรายได้ การออกหนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางก็ยังไม่ค่อยได้รับความสะดวก ยกเว้นกรณีของพ่อค้า หรือนักธุรกิจ

ถ้าจะพิจารณาให้ดีแล้วปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสองปัจจัย มีลักษณะ แตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยเอื้อการเดินทางท่องเที่ยว (Enable Condition) ที่มีปัจจัยเวลา และรายได้ เป็นตัวเร่งให้การเดินทางเติบโต เร่งเร้านักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอยู่แล้วให้ออกเดินทาง นั้นเป็นการ เร่งเร้าจากภายนอก และปัจจัยแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) อันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ความปลอดภัย สุขอนามัย จะมีอิทธิพลมากกว่า เพราะเป็นแรงผลักดัน จากภายในอันก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะสะดวกหรือไม่ ปลอดภัยหรือไม่ หรือเสี่ยงต่อโรคร้ายไข้เจ็บหรือไม่ ถ้าผู้คนมีทัศนคติดังกล่าวในทางที่ดีและแน่ใจ ในปัจจัยเร่งเร้าแล้ว ก็จะผลักดันให้เกิดความต้องการในการเดินทาง นอกจากแรงกระตุ้นดังกล่าวจะผลักดันจากภายใน แล้ว สิ่งที่ส่งเสริมให้เกิดแรงกระตุ้นที่ดีมาอย่างหนึ่งก็คือการเตือนให้นักเดินทางตระหนักถึง สุขอนามัย การให้การศึกษาในการเดินทาง และการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ วัฒนธรรมและวิถี ชีวิตของคนในถิ่นหรือประเทศอื่น ปัจจัยทั้งสองตัวที่เป็นปัจจัยภายนอกและภายในดังกล่าว จะ เป็นตัวเพิ่ม โอกาสให้เกิดการเดินทาง และสร้างความต้องการในการเดินทางในที่สุด (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

4. บทบาทของรัฐบาล โดยทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีหลายๆ แนวทางที่ รัฐบาลสามารถสนับสนุน และผลักดันความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เช่น การสนับสนุนภาคเอกชนในการลงทุน การใช้กลไกของรัฐในการผลักดันให้เอกชนมีการผลิต สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมถึงการผลิตโดยรัฐบาล เพราะ

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายทางเศรษฐกิจ และสังคมโดยส่วนรวมของประเทศ บางส่วนจึงเป็นหน้าที่ของรัฐโดยตรงที่จะทำการตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรของชาติ

4.1 การศึกษาและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติในเรื่องที่เกี่ยวข้องและจำเป็น เพื่อประโยชน์ทั้งการวิจัยและการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวของประเทศ

4.2 จัดทำหรือสนับสนุนการจัดทำการศึกษาหรือวิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดศักยภาพในพื้นที่ตลาดที่จะดำเนินการส่งเสริมและเผยแพร่

4.3 ทำการสำรวจทัศนคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการดำเนินการส่งเสริมและเผยแพร่ให้สอดคล้องกับความสนใจ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ หรือแต่ละตลาด

4.4 วางแผนและกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางที่ 2 และ 3 รวมถึงการวางแผนการใช้ที่ดิน และแผนกายภาพเพื่อกำหนดศักยภาพในการพัฒนาและการจัดสรรทรัพยากรลงไปในพื้นที่ต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการเสนอแนะให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิจารณาและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว

4.5 มีการประเมินอุปทานทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ โรงแรมและที่พักอาศัย ภัตตาคาร และร้านอาหาร ความสะดวกสบายด้านต่างๆ โครงสร้างปัจจัยพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับอุปทานทางการท่องเที่ยวในระยะสั้นและในระยะยาว

4.6 ดำเนินการทางด้านการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ

4.7 ดำเนินการหรือสนับสนุนให้มีการดำเนินการผลิตหรือฝึกอบรมบุคลากร เพื่อให้บริการทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ

4.8 ออกกฎหมายควบคุมและบังคับใช้กฎหมายในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือเป็นองค์ประกอบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อผลประโยชน์ในตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองและเพื่อผลประโยชน์โดยส่วนรวมของประเทศ

4.9 เป็นหน้าที่ของรัฐบาลโดยตรงที่จะต้องดำเนินการจัดสรรโครงสร้าง
ปัจจัยพื้นฐานในพื้นที่ต่างๆ เพื่อความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว
(สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

จากความหมายของนันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น
สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอันมาก จนกลายเป็นกิจกรรมหนึ่งที่น่ารายได้เข้าประเทศ
เป็นจำนวนมหาศาล ดังนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการ การสร้าง
ความประทับใจในการให้บริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเยือน
ท้องถิ่นนั้นๆ ซ้ำอีก หรืออาจชักชวนให้ผู้ที่ยังไม่เคยมาเยือนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว บุคลากร
ที่ปฏิบัติงานในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นผู้ที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวและมีบทบาท
สำคัญต่อการให้บริการ การสร้างบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาทักษะและ
ยกระดับมาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งส่งเสริมและ
พัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้มีความพร้อม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการ
ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อภารกิจในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้ให้
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

Engle, Roger และ Paul (1990) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การ
กระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายซึ่ง
สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

Peter และ Olsen (1990) แห่งสมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา (American
Marketing Association: AMA) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำซึ่ง
ส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อม
ที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์

Loudon และ Bitta (1998) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เมื่อมีการประเมินการได้มาการใช้หรือการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ

Walters (1987) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจทั้งหลายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการซื้อและการใช้สินค้า เศรษฐกิจและบริการ (ผลิตภัณฑ์) เท่านั้น ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะการมอบพฤติกรรมมนุษย์ที่แคบกว่าคือจะพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตลาด เท่านั้น

Schiffman และ Kanuk (1991) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำต่างๆ

2.1.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When, Where and How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Object, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets and Operations มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1: ตารางแสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ? Who is on the target market?	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์
ผู้บริโภคซื้ออะไร ? What does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ? Why does the consumer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ? Who participates in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ? When does the consumer buy?	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ? Where does the consumer buy?	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ? How does the consumer buy?	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไอซ์เท็กซ์

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือน

กล่องคำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้นแบบจำลองนี้อาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Stimulus) โดยอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้วยเหตุผล และด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place / Distribution) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค การใช้พนักงานขาย การลดแลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นการกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียม

ประเพณีไทยในเทศกาลต่าง จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจ (Buyer's Purchase Decision) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลัง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อประเภทของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ

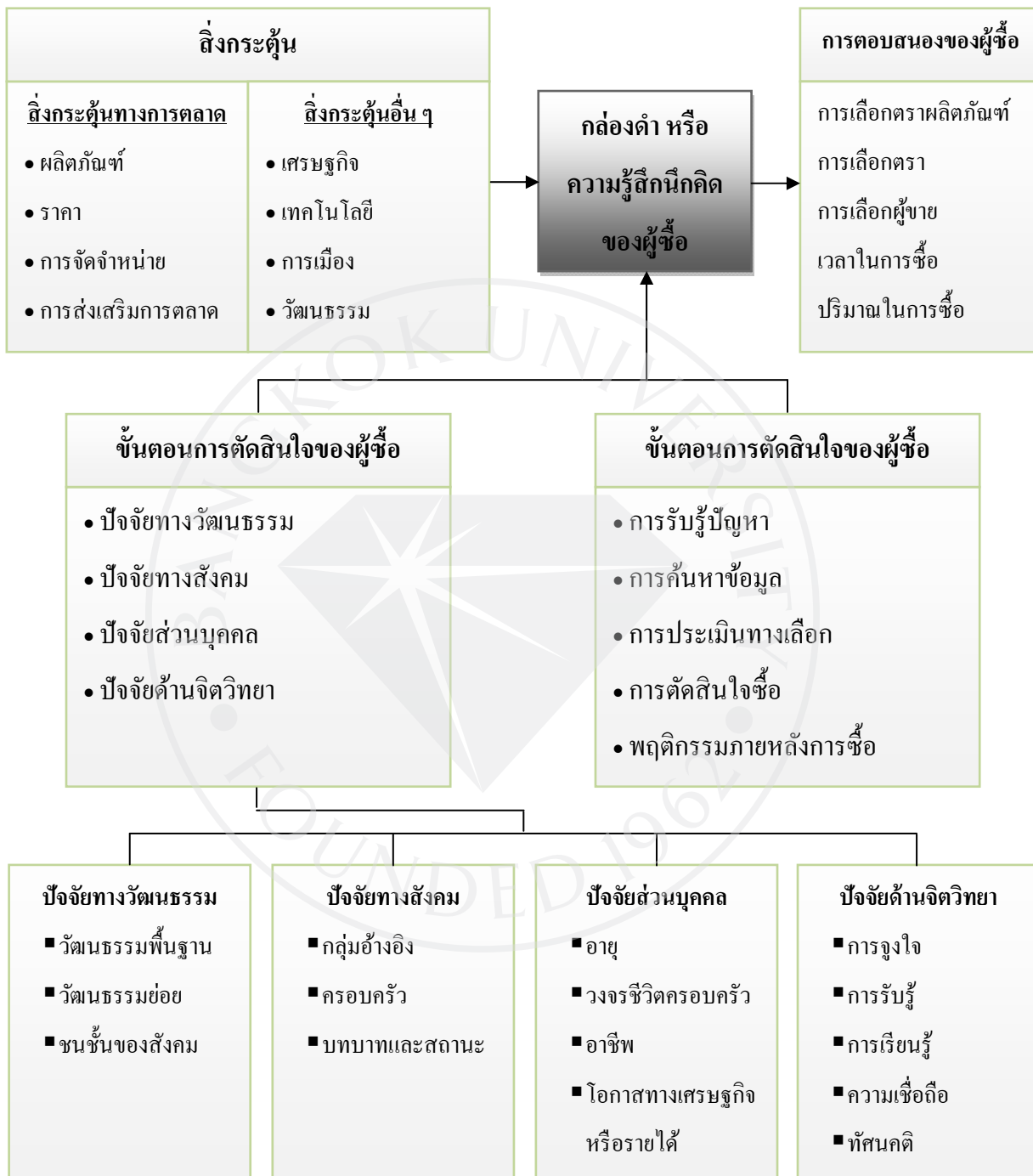
3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง ๆ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกผู้ขายเพื่อซื้อสินค้าหนึ่ง ๆ ซึ่งผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงสถานที่ขาย การบริการ

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกระยะเวลาเพื่อซื้อสินค้าหนึ่ง ๆ

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อครั้งหนึ่ง ๆ

ภาพที่ 2.2: รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค



ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

2.1.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดตั้งกระบวนทางการตลาดให้เหมาะสม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล การกำหนดโปรแกรมการตลาด ต้องคำนึงถึงค่านิยมทางวัฒนธรรมและความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรมประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของคน ในเรื่องค่านิยม การรับรู้ ความพอใจ และพฤติกรรม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมโดยเฉพาะอย่าง สำหรับสมาชิกในสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมย่อยหมายถึงชนชาติ ศาสนา กลุ่มชาติพันธุ์ และกลุ่มภูมิภาค โดยวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่และซับซ้อน

1.3 ชั้นทางสังคม (Social Class) หมายถึง มนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม จะมีการแบ่งระดับชนชั้นที่แตกต่างกันไปตามอาชีพ ความมั่นคง ชาติตระกูล การมีอำนาจเหนือคนอื่น และบุคลิกลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปแบ่งเป็น ระดับสูง ระดับกลาง ระดับต่ำ ชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ โดยปัจจัยทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง กลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยม ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

2.3 สถานภาพและบทบาท (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม การเสนอขายสินค้าต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ โดยปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนของการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะการมีครอบครัว ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนมีผลต่อความต้องการ ทัศนคติและค่านิยมที่ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อ และลักษณะการบริโภคที่แตกต่างเช่นกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของบุคคล จะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าที่ต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ส่วนบุคคล (Personal Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่า

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ซึ่งค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ค่านิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตโดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้สินค้า โดยปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด การชักนำหรือการโน้มน้าวเพื่อให้บุคคลคล้อยตาม และเรียกลักษณะที่เรียกว่า แรงจูงใจ (Motive)

4.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคล การแปลความหมายข้อมูล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้นซึ่งแต่ละบุคคลจะมีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกัน

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทักษคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งทัศนคติและความเชื่อจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าผู้อื่นมีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การเลือก การใช้ การประเมินในสินค้าและบริการ จนสามารถตอบสนองความต้องการได้ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางวัฒนธรรม บุคคล สังคม และจิตวิทยา อีกทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้สามารถนำข้อมูลมาสร้างคำถามที่ใช้ในการออกชุดแบบสอบถาม เพื่อที่จะค้นหาพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.1.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

จากการศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

Kotler (1994 อ้างถึงใน เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546, หน้า 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผล จากการทำงาน หรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับความคาดหวังของลูกค้า ที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวัง จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นสูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจและการประชาสัมพันธ์ถึง สิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าและบริการต่อไป

Fippo (1961) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของสภาพจิตใจ หรือความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่จะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงาน

● ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) Kotler (1994 อ้างถึงใน เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546, หน้า 19) ได้มีการตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์ต้องการความมีระเบียบและสอดคล้อง (Order and Consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ และจะพยายามขจัดความตึงเครียดด้วยการลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

ในขณะที่ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (Disconfirmation Paradigm) ได้กล่าวว่า ไม่ควรอธิบายความพึงพอใจของบุคคล โดยใช้ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) เพียงอย่างเดียว แต่ความเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product Performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations)

ส่วนทฤษฎี V.I.E เป็นทฤษฎีที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความพึงพอใจ (V – Valence) วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ (I – Instrumentality) และความคาดหวังภายในตัว

บุคคล (E – Expectancy) โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการ และมีความคาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ

จากทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการและคุณภาพของงานบริการ ลักษณะที่เหมือนกันในเชิงรูปธรรมของการให้บริการเชิงคุณภาพ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วของบริการ ความเพียงพอของอุปกรณ์เครื่องมือ ความเอาใจใส่ ของผู้ให้บริการ และความถูกต้องของงานที่ให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวสนับสนุนให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

ความสำคัญของความพึงพอใจนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของงานบริการก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงาน และผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด จากความสำคัญดังกล่าวสรุปได้ว่า หากบุคคลมีความพึงพอใจย่อมส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ตลอดจนทำให้เกิดความศรัทธาในหน่วยงานต่อไป

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เป็นเช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์ ในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการ ประสบการณ์เดิมที่เคยใช้บริการ การบอกรับของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากการโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ ในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงที่ผู้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะได้รับบริการ หรือคาดหวังในสิ่งที่คาดว่าจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยก็ได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวกแสดงถึงความพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

2.1.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ๆ มีดังนี้ (จิตตินันท์ เคะหะคุปต์, 2545)

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ
2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยื่นข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มีก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อม และบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีเขียว การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้งานบริการ เป็นต้น

5. กระบวนการบริการมีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ – โอนสาย ในการติดต่อกับองค์กรต่าง ๆ การประชุมทางโทรศัพท์ และการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริง กับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ประชาชนจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

2.2 ลักษณะทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางถนนสายเอเชียประมาณ 75 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 72 กิโลเมตร และทางเรือประมาณ 137 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,597,900 ไร่ นับว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 11 ของจังหวัดในภาคกลาง

ทิศเหนือ	จรดจังหวัดอ่างทอง จังหวัดลพบุรี และจังหวัดสระบุรี
ทิศตะวันออก	จรดจังหวัดสระบุรี
ทิศใต้	จรดจังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันตก	จรดจังหวัดสุพรรณบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่มและทุ่งนา ไม่มีภูเขา สูงจากระดับน้ำทะเล ปานกลาง 3.5 - 5 เมตร นักธรณีวิทยาบอกว่า เมื่อประมาณ 11,000 ถึง 3,000 ปีมาแล้ว พบหลักฐานที่แสดงว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเคยถูกน้ำทะเลท่วมถึงมาก่อน ต่อมา เกิดการทับถมของตะกอนจากทะเล และแม่น้ำจนดินแข็ง กลายเป็นแผ่นดินหรือที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา พอถึงหน้าน้ำ ก็จะมีน้ำหลาก พัดพาตะกอนจากต้นน้ำมาท่วมตามที่ลุ่ม เป็นที่ราบลุ่มอันอุดมสมบูรณ์ กลายเป็นอู่ข้าวอู่น้ำที่สำคัญของประเทศ ตั้งแต่อดีตมาจนทุกวันนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำน้อย นอกจากนี้ยังมีลำคลองธรรมชาติและคลองขุดอีกมากมาย เช่น คลองบางบาล คลองบางหลวง คลองเจ้าเจ็ด คลองอุทัย คลองบางแก้ว คลองบางพระครู คลองลากซ้อน คลองลาดชะโด คลองระพีพัฒน์ คลองลาดชิด คลองพระยาบันลือ ฯลฯ และมีเขื่อนพระรามหก เขื่อนทดน้ำแห่งแรกของประเทศ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2459 ในรัชกาลที่ 6 กั้นลำน้ำป่าสักที่ตำบลท่าหลวง อำเภอท่าเรือ ตัวเขื่อนยาว 90.25 เมตร สูง 20 เมตร มีช่องระบายน้ำทำด้วยบานเหล็ก 6 ช่อง ทางด้านขวาของตัวเขื่อนมีประตูเปิดให้เรือผ่านขึ้นล่องได้ ชื่อ “ประตูน้ำพระนเรศวร” ส่วนทางด้านซ้าย เป็นประตูทดน้ำสู่คลองระพีพัฒน์ มีชื่อว่า “ประตูระบายน้ำพระนารายณ์”

ลักษณะภูมิอากาศ เนื่องจากทำเลที่ตั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในเขตเงาฝนหรือเขตกำบังลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้อากาศค่อนข้างร้อนและแห้งแล้ง อุณหภูมิเฉลี่ย 24 - 31 องศา

เขตเอเชียส ฤดูร้อนประมาณเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน อากาศร้อน อบอ้าว ฤดูฝนเริ่มประมาณเดือน พฤษภาคมถึงตุลาคม เมื่อถึงหน้าฝน ฝนตกชุกตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ปริมาณ น้ำฝนเฉลี่ยทั้งจังหวัดประมาณ 1,342.7 มิลลิเมตรต่อปี น้ำที่หลากมาตามแม่น้ำลำคลองจะท่วมทัน ตามที่ลุ่มต่าง ๆ ให้กลายเป็นทะเลสาบย่อย ๆ ดังนั้น บ้านเรือนของชุมชนริมน้ำในอยุธยาจึงมักจะ สร้างเป็นเรือนไม้ใต้ถุนสูงมาแต่โบราณ

เขตการปกครอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ ได้แก่ อำเภอ พระนครศรีอยุธยา อำเภอท่าเรือ อำเภอนครหลวง อำเภอภาชี อำเภออุทัย อำเภอวังน้อย อำเภอบาง ปะอิน อำเภอบางไทร อำเภอลาดบัวหลวง อำเภอบางซ้าย อำเภอเสนา อำเภอบางบาล อำเภอผักไห่ อำเภอบางปะหัน อำเภอมหาราช และอำเภอบ้านแพรก ใน 16 อำเภอแบ่งออกเป็น 209 ตำบล 1,452 หมู่บ้าน มีการปกครองท้องถิ่น 34 เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล 123 แห่ง

ประชากร มีจำนวนทั้งสิ้น 760,712 คน เป็นชาย 367,673 คน หญิง 393,039 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธร้อยละ 88 ชาวไทยมุสลิมร้อยละ 10 คริสต์ศาสนิกชน ร้อยละ 1 และศาสนาอื่นอีกร้อยละ 1 ชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปัจจุบันมีอาชีพทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว

เกษตรกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีพื้นที่ทั้งหมด 1,597,900 ไร่ มีเนื้อที่ถือครอง ทางการเกษตร 922,213 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 57.7 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด มีพื้นที่การเกษตรรวมทั้งสิ้น 1,126,459 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าวนาปี/ข้าวนาปรัง 1,074,861 ไร่ พื้นที่ปลูกไม้ผล 37,599 ไร่ พื้นที่ปลูกพืชผัก 7,928 ไร่ พื้นที่ปลูกพืชไร่ 5,596 ไร่ พื้นที่ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ 475 ไร่ มี คราวเรือนผู้ถือครองทำการเกษตรทั้งสิ้น 133,612 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ของประชากรทั้งจังหวัด พืชเศรษฐกิจ ได้แก่ ข้าว มะม่วง ส้มเขียวหวาน กล้วยน้ำว้า สัตว์เศรษฐกิจ ได้แก่ ไก่ เป็ด สุกร โค กระบือ และสัตว์น้ำจืด เนื่องจากพระนครศรีอยุธยามีแม่น้ำและลำคลองใหญ่น้อยมากมาย จึงเป็น แหล่งทำประมงน้ำจืดกันมาก นอกจากจับปลาในแม่น้ำลำคลองธรรมชาติแล้ว ยังเลี้ยงปลาในบ่อ ร่องสวน นาข้าว และกระชังอีกด้วย ได้แก่ ปลาดุก ปลาช่อน ปลาหมอ ปลาสลิด ปลาสวาย ปลา ตะเพียน ปลาบู่ ฯลฯ รวมทั้งกุ้งก้ามกราม และกุ้งฝอย

อุตสาหกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในเขต 2 ของการส่งเสริมการลงทุน มีนิคม อุตสาหกรรม 3 แห่ง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) และ

นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร สวนอุตสาหกรรม 1 แห่ง ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ และมีเขต
ประกอบการอุตสาหกรรม 1 แห่ง ได้แก่ เขตประกอบการอุตสาหกรรมแฟคเตอรีแลนด์วังน้อย

มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการในปี 2550 จำนวน 1,647 โรงงาน
เงินทุนรวม 271,123.40 ล้านบาท จ้างคนงาน 216,418 คน

การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุด 417 ปี เป็น
ดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และ
อารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต สหประชาชาติ
(UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อ
วันที่ 13 ธันวาคม 2534 เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย
และชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง
(สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, Internet, 2551 ข)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา” การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดย
นำมาใช้อ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งจะขอนำเสนอดังต่อไปนี้

สมารถ คงเจริญกาย (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้
เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์
ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรมของ
ผู้เข้ามาท่องเที่ยว

5. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาขึ้นมาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่างๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2-4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ด้วยการใช้จ่ายหารรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้าน โบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยวคือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานจากทางวารสารการท่องเที่ยว และผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง

2. การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรม พบว่าพฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ศุคนธ์ธาร สุระเชษฐพิภพ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพประวัติความเป็นมาทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยการออกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) โดยแสดงค่า Marginal effects ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.75 มีอายุเฉลี่ย 21 - 40 ปี ร้อยละ 53.50 สถานภาพโสด ร้อยละ 53.25 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 ระดับรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,0001 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 48.25 และมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 55.25 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่จากคำบอกกล่าวจากเพื่อนฝูง ร้อยละ 29.75 เหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเพื่อนและครอบครัวชักชวน ร้อยละ 37.25 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 - 4 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 500 บาท และนักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่มากถึงร้อยละ 75.50

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญที่ระดับร้อยละ

5 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการ และปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 10 ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยเทคนิคการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate : MLE) และเทคนิคการวิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects ปัจจัยที่นำมาศึกษาในแบบจำลอง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านบทบาทของรัฐ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม จำนวน 300 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.70 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.70 ผู้มีสถานภาพโสด 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.70 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.30 การประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.30 ระดับรายได้เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท/เดือน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.70

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ ผลการศึกษา

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 5 ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านของที่ระลึก ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

เปี่ยมรัก ฉัตรธนาสนัย (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม ด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า ร้อยละ 53 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 47 เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนมากมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 85.3 ในส่วนที่ 2 ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาร่วมชมกิจกรรมถนนคนเดิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมาเข้าร่วมกิจกรรมถนนคนเดินมากกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75 ส่วนด้านของการรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 95 รับข่าวจากการประชาสัมพันธ์ โดยสื่อที่ผู้บริโภครับข่าวสารการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพมากที่สุด คือ คำบอกเล่าจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) โดยวิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) และ Marginal Effect ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจสถานที่จัดงาน ปัจจัยด้านความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้จัดงาน ปัจจัยด้านความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้จัดงาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 99% ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัย

ทางด้านความพึงพอใจในช่วงเวลาจัดงานความพึงพอใจในอรรถยาศัยไมตรีพ้อค้ำ แม่ค้ำ เพศ จำนวนปีในการศึกษาของผู้บริโภคและรายได้ของผู้บริโภคนั้น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คลใจ มณีงาม (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว
3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว
4. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
6. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว
7. หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว และ
8. หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว

โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi-Square และหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลงานวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมของผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยว 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มาเที่ยววันเสาร์-วันอาทิตย์ เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001 - 5,000 บาท และจะกลับมาเที่ยวอีก
2. ระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการแนะนำ/จูงใจผู้มาเที่ยว และด้านควบคุมดูแลความปลอดภัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
3. ระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวด้านการบริการ และด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
4. ผู้มาเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ผู้มาเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผู้มาเที่ยวที่มีการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. ระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คณินันต์ เมฆดี (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือท่องเที่ยว ในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเรือ
2. ศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้า
3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า
4. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
6. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ
7. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และ
8. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า

โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าเรือท่องเที่ยว 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi-Square และหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลงานวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าพบว่าส่วนใหญ่ รู้จักสถานที่ที่มีบริการเรือท่องเที่ยว จากญาติ/เพื่อนแนะนำ มีวัตถุประสงค์ที่มารับบริการเรือท่องเที่ยวคือพักผ่อน มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว 2 ครั้ง มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว วันเสาร์-อาทิตย์ และ ลูกค้ากลับมาเที่ยวอีก
2. ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผน ด้านการจัดการเรือท่องเที่ยว และด้านควบคุม ส่วนด้านการแนะนำ/จูงใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

3. ลูกค้ำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
4. ลูกค้ำที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และ สถานภาพสมรส มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ลูกค้ำที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. ลูกค้ำที่มีกรรู้จักสถานที่ที่มีบริการเรือท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่ใช้บริการเรือท่องเที่ยว และ วันที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
8. ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปิยะ หนูนิล (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 394 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พร้อมทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุอยู่ในช่วง 15 - 25 ปี ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ไม่ได้ประกอบอาชีพ ไม่มีรายได้ ภูมิลำเนาครัวเรือนอยู่ในเขตภาคกลาง มาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยมีระยะเวลาพักค้าง 2 คืน เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มา

ท่องเที่ยวช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน มาเป็นครั้งแรก มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชมน้ำตก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการ โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 84.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 89.9 ด้านความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียม และ/หรือค่าบริการ ร้อยละ 89.75 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 87.8 และด้านการสื่อความหมาย ธรรมชาติ ร้อยละ 88.3

ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิหลังนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของเพศ, ระดับการศึกษา, ภูมิลำเนา, ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อความหมายธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของเพศ, สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อความหมายธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ยศวีร์ บุคตะนันท์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเกษตร ความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยได้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 293 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่า t-test

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาคือหญิง ร้อยละ 60.41 มีอายุเฉลี่ย 36.39 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.53 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 26.28 ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 44.72 ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 60.07 และเพื่อนเป็นแหล่งข่าวการท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 41.98

สำหรับความพึงพอใจ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในแหล่งท่องเที่ยวเกษตร ทั้ง 4 แห่ง ตามลำดับ คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว และมีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง มีประโยชน์มาก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยว เรือและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกษตร ส่วนปัญหาของนักท่องเที่ยวพบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความสะดวก สะอาด และเอกสารเผยแพร่ จึงมีข้อเสนอแนะให้แหล่งท่องเที่ยวเกษตร มีเอกสารเผยแพร่แจก รวมทั้งปรับปรุงความสะดวก และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ ปัจจุบัน และประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง บางประการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเกษตร

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการศึกษถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยการดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากร และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 3,780,702 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6, 2551)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 3,780,702 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6, 2551) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการอ้างอิงไปสู่ประชากร

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง และสุ่มสถานที่ท่องเที่ยวที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างแบบ (Simple Random Sampling) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ วัดใหญ่ชัย

มงคล วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดกษัตราธิราช วัดไชวัฒนาราม โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวแห่งละ 100 ชุด จะได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด ซึ่งได้ค้นคว้าและดัดแปลงจากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้วิจัยที่ได้ทำการวิจัยมาแล้ว โดยได้จัดเรียงลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว มีคำถามจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว มีคำถามจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก ด้านบทบาทของรัฐ ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนน ดังนี้

ข้อความทางบวก

ตอบ

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	ให้	4	คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	ให้	2	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือในการวิจัยโดยทำการตรวจสอบเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วนั้น นำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตัวอย่างจำนวน 30 ชุด การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นรายด้านใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในแต่ละด้านของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า .60 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตาราง 3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น n = 30
ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	25	.945
ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม	4	.786
ด้านราคาสินค้าและบริการ	5	.852
ด้านการคมนาคม	3	.923
ด้านความปลอดภัย	3	.805
ด้านการบริการ	4	.875
ด้านของที่ระลึก	3	.758
ด้านบทบาทของรัฐ	3	.782

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 23-30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ (Simple Random Sampling) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดกษัตราธิราช วัดไชวัฒนาราม โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวแห่งละ 100 ชุด ดังมีรายละเอียดการแจกแบบสอบถามดังนี้

วันที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (ชุด)
22-23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551	วัดใหญ่ชัยมงคล	100
24-25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551	วัดพระศรีสรรเพชญ์	100
26-28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551	วัดกษัตราธิราช	100
29-30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551	วัดไชวัฒนาราม	100

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการออกชุดแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 ชุด เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบแล้ว นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูล que ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมค้นคว้าจากเอกสาร บทความ ข้อมูลทางสถิติและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานค้นคว้าแบบอิสระ เอกสารเผยแพร่ และข้อมูลจาก Website ต่าง ๆ และหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเป็นแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

- ห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6
- เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ วารสาร จุลสาร รายงานการวิจัย
- สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการอธิบาย ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาจะนำข้อมูลตัวอย่างที่ได้จากการเก็บรวบรวม แบบสอบถามมาทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลที่ได้ โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ค่าเฉลี่ย (Sample Mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2547)

ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ	ระดับของความพึงพอใจ
1.00 - 1.49	น้อยมาก
1.50 - 2.49	น้อย
2.50 - 3.49	ปานกลาง
3.50 - 4.49	มาก
4.50 - 5.00	มากที่สุด

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample : t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงที่มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน

5. การทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA : F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison) โดยวิธี Scheffe' เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลด้วยการออกชุดแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ซึ่งเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษารวมทั้งอภิปรายผลในรูปแบบตาราง ซึ่งแบ่งออกเป็น ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลจะมีสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีความหมายดังนี้

\bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ย

S.D. หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n หมายถึง จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

t-test หมายถึง ค่าสถิติสำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยของ 1 กลุ่มและ 2 กลุ่ม

F-test หมายถึง ค่าสถิติสำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

df	หมายถึง	ค่าความเป็นอิสระ (degree of freedom)
MS	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน/ค่าความแปรปรวน
SS	หมายถึง	ผลรวมกำลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
Scheffe'	หมายถึง	ค่าทดสอบที่ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	136	34
หญิง	264	66
รวม	400	100

จากตาราง 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 เป็นเพศชาย จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตาราง 4.2 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 20 ปี	72	18.0
21 - 30 ปี	200	50.0
31 - 40 ปี	75	18.8
41 - 50 ปี	33	8.3
51 - 60 ปี	12	3.0
60 ปีขึ้นไป	8	2.0
รวม	400	100

จากตาราง 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 นักท่องเที่ยวที่อายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 นักท่องเที่ยวที่อายุ 41-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 นักท่องเที่ยวที่อายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และนักท่องเที่ยวที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.3 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	21	5.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	39	9.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	88	22.0
ปวส. / อนุปริญญา	36	9.0
ปริญญาตรี	187	46.8
ปริญญาโท	29	7.3
รวม	400	100

จากตาราง 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.4 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	277	69.3
สมรส	112	28.0
หม้าย / หย่าร้าง	11	2.8
รวม	400	100

จากตาราง 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.5 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	85	21.3
ข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ	25	6.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	9.8
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	49	12.3
พนักงานบริษัทเอกชน	172	43.0
รับจ้างทั่วไป	19	4.8
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	11	2.8
รวม	400	100

จากตาราง 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และนักท่องเที่ยวที่เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.6 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	181	45.3
10,000 - 20,000 บาท	141	35.3
20,001 - 30,000 บาท	30	7.5
30,001 - 40,000 บาท	15	3.8
40,001 - 50,000 บาท	12	3.0
50,000 บาทขึ้นไป	21	5.3
รวม	400	100

จากตาราง 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 4.7 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทัศนศึกษา	49	12.25
พักผ่อน / ท่องเที่ยว	282	70.50
เยี่ยมญาติ	13	3.25
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา	21	5.25
ศึกษาประวัติศาสตร์	23	5.75
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน	12	3.00
รวม	400	100

จากตาราง 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา เพื่อพักผ่อน จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อทัศนศึกษา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา/ดูงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.8 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	14	3.50
2 - 5 คน	247	61.75
6 - 10 คน	90	22.50
มากกว่า 10 คน	49	12.25
รวม	400	100

จากตาราง 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 6-10 คน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 10 คน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตาราง 4.9 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	10	2.50
มากับเพื่อน	193	48.25
มากับครอบครัว	150	37.50
มากับบริษัทนำเที่ยว	6	1.50
มากับหน่วยงาน / บริษัท	15	3.75
มากับสถาบันการศึกษา	25	6.25
มากับมูลนิธิ / วัด	1	0.25
รวม	400	100

จากตาราง 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับสถานศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับหน่วยงาน/บริษัท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับมูลนิธิ/วัด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	223	55.75
รถโดยสารประจำทาง	51	12.75
รถบริษัทท่องเที่ยว	33	8.25
รถรับจ้างทั่วไป	54	13.5
รถไฟ	3	0.75
มอเตอร์ไซด์	36	9.00
รวม	400	100

จากตาราง 4.10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถรับจ้างทั่วไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถของบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถไฟ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.11 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	65	16.25
2 - 4 ครั้ง	220	55.00
5 - 7 ครั้ง	31	7.75
มากกว่า 7 ครั้ง	84	21.00
รวม	400	100

จากตาราง 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง
จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้วมากกว่า 7
ครั้ง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก จำนวน 65 คน
คิดเป็นร้อยละ 16.25 และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว 5-7 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ
7.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.12 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	304	76.00
2 - 4 วัน	61	15.25
5 - 7 วัน	7	1.75
มากกว่า 7 วัน	28	7.00
รวม	400	100

จากตาราง 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 304 คน คิดเป็น
ร้อยละ 76.00 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเวลา 2-4 วัน จำนวน 61 คน คิด
เป็นร้อยละ 15.25 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ
7.00 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 5-7 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.13 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	188	47.00
1,000 - 3,000 บาท	153	38.25
3,001 - 5,000 บาท	46	11.50
5,001 - 7,000 บาท	6	1.50
7,001 - 9,000 บาท	6	1.50
9,000 บาทขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100

จากตาราง 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน
188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย 1,000-3,000 บาท จำนวน 153
คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ
11.50 นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย 5,001-7,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 นักท่องเที่ยวที่
มีค่าใช้จ่าย 7,001-9,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย 9,000
บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.14 จำนวน และร้อยละของข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	16	4.00
วิทยุ / โทรทัศน์	79	19.75
นิตยสาร / วารสาร	45	11.25
แผ่นพับ / ใบปลิว	23	5.75
อินเทอร์เน็ต	45	11.25
บุคคลใกล้ชิด / คนรู้จัก	192	48.00
รวม	400	100

จากตาราง 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก บุคคล
ใกล้ชิดหรือคนรู้จัก จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสาร

การท่องเที่ยวจากวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 นักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสาร
 การท่องเที่ยวจากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 นักท่องเที่ยวที่ได้รับ
 ข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 นักท่องเที่ยวที่ได้รับ
 ข่าวสารการท่องเที่ยวจากแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และนักท่องเที่ยวที่
 ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความ
 สมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึง
 พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้าน
 โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย
 ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของรัฐ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านโบราณสถานและ
 สภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม								
มีความสวยงามไม่เสื่อมโทรม	1 (0.25)	2 (0.50)	165 (41.25)	182 (45.50)	50 (12.50)	3.695	0.699	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์ข้อมูลมีความสะอาด	2 (0.50)	11 (2.75)	193 (48.25)	147 (36.75)	47 (11.75)	3.565	0.753	มาก
ทัศนียภาพโดยรวมสวยงาม	2 (0.50)	6 (1.50)	83 (20.75)	236 (59.00)	73 (18.25)	3.930	0.701	มาก
มีป้ายที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวชัดเจน	6 (1.50)	19 (4.75)	142 (35.50)	174 (43.50)	59 (14.75)	3.653	0.842	มาก
รวม						3.711	0.749	มาก

จากตาราง 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
 พระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X} = 3.711$, S.D. = 0.749) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับ

ความพึงพอใจเรื่อง ความสวยงามไม่เสื่อมโทรม สถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์ข้อมูลมีความสะอาด ทัศนียภาพโดยรวมสวยงาม มีป้ายที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวชัดเจน อยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านราคาสินค้าและบริการ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านราคาสินค้าและบริการ								
ค่าที่พัก / ค่าอาหาร	2 (0.50)	28 (7.00)	229 (57.25)	112 (28.00)	28 (7.00)	3.341	0.733	ปานกลาง
ค่ายานพาหนะ	1 (0.25)	19 (4.75)	233 (58.25)	125 (31.25)	22 (5.50)	3.370	0.674	ปานกลาง
ค่าเข้าชมสถานที่	2 (0.50)	17 (4.25)	214 (53.50)	130 (32.50)	37 (9.25)	3.458	0.741	ปานกลาง
ราคาสินค้าและของที่ระลึก / ของฝาก	2 (0.50)	29 (7.25)	210 (52.50)	121 (30.25)	38 (9.50)	3.410	0.780	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	6 (1.50)	25 (6.25)	222 (55.50)	120 (30.00)	27 (6.75)	3.343	0.759	ปานกลาง
รวม						3.384	0.737	ปานกลาง

จากตาราง 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.384$, S.D. = 0.737) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเรื่อง ค่าที่พัก/ค่าอาหาร ค่ายานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ ราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจปานกลางเกี่ยวกับด้านราคาสินค้าและบริการ จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านการคมนาคม
ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการคมนาคม								
ถนนมีความสะอาดและสะดวกต่อการสัญจร	8 (2.00)	23 (5.75)	130 (32.50)	183 (45.75)	56 (14.00)	3.640	0.864	มาก
ป้ายบอกเส้นทางรถท่องเที่ยวชัดเจน เข้าใจง่าย	4 (1.00)	25 (6.25)	136 (34.00)	181 (45.25)	54 (13.50)	3.640	0.829	มาก
ความสะดวกในการเดินทาง	1 (0.25)	28 (7.00)	143 (35.75)	169 (42.25)	59 (14.75)	3.643	0.825	มาก
รวม						3.641	0.840	มาก

จากตาราง 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการคมนาคม โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.641$, S.D. = 0.840) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเรื่อง ถนนมีความสะอาดและสะดวกต่อการสัญจร ป้ายบอกเส้นทางรถท่องเที่ยวชัดเจน เข้าใจง่าย ความสะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านการคมนาคม จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านความปลอดภัย
ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านความปลอดภัย								
มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	6 (1.50)	56 (14.00)	184 (46.00)	119 (29.75)	35 (8.75)	3.303	0.871	ปานกลาง
มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ	12 (3.00)	61 (15.25)	193 (48.25)	109 (27.25)	25 (6.25)	3.185	0.873	ปานกลาง
มีจุดแจ้งเหตุส่วนเหตุร้าย	9 (2.25)	60 (15.00)	187 (46.75)	106 (26.50)	38 (9.50)	3.260	0.905	ปานกลาง
รวม						3.249	0.883	ปานกลาง

จากตาราง 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.249$, S.D. = 0.883) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเรื่อง มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึง มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ มีจุดแจ้งเหตุคว้นเหตุร้าย อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจปานกลางเกี่ยวกับด้านความปลอดภัย จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านการบริการ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการบริการ								
การบริการของเจ้าหน้าที่	3 (0.75)	31 (7.75)	207 (51.75)	124 (31.00)	35 (8.75)	3.393	0.784	ปานกลาง
การบริการด้านสุขอนามัย เช่น ห้องน้ำ	5 (1.25)	54 (13.50)	199 (49.75)	108 (27.00)	34 (8.50)	3.280	0.848	ปานกลาง
การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3 (0.75)	41 (10.25)	205 (51.25)	123 (30.75)	28 (7.00)	3.330	0.783	ปานกลาง
สถานที่จอดรถ	5 (1.25)	33 (8.25)	188 (47.00)	139 (34.75)	35 (8.75)	3.415	0.812	ปานกลาง
รวม						3.354	0.807	ปานกลาง

จากตาราง 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.354$, S.D. = 0.807) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า การบริการของเจ้าหน้าที่การบริการด้านสุขอนามัย เช่น ห้องน้ำ การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจปานกลางเกี่ยวกับด้านการบริการ จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านของที่ระลึก
ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านของที่ระลึก								
รูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	2 (0.50)	22 (5.50)	132 (33.00)	188 (47.00)	56 (14.00)	3.685	0.798	มาก
ราคาผลิตภัณฑ์	2 (0.50)	21 (5.25)	201 (50.25)	147 (36.75)	29 (7.25)	3.450	0.727	ปานกลาง
การให้บริการจากเจ้าหน้าที่	6 (1.50)	40 (10.00)	185 (46.25)	144 (36.00)	25 (6.25)	3.355	0.803	ปานกลาง
รวม						3.497	0.776	ปานกลาง

จากตาราง 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านของที่ระลึก โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.497$, S.D. = 0.776) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ และการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจปานกลางเกี่ยวกับด้านของที่ระลึก จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ด้านบทบาทของรัฐ
ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านบทบาทของรัฐ								
การจัดการขยะ	8 (2.00)	55 (13.75)	180 (45.00)	115 (28.75)	42 (10.50)	3.320	0.908	ปานกลาง
การจัดการด้านสภาพภูมิทัศน์	8 (2.00)	20 (5.00)	162 (40.50)	151 (37.75)	59 (14.75)	3.583	0.872	มาก
การบูรณะด้าน โบราณสถานและ โบราณวัตถุ	5 (1.25)	31 (7.75)	128 (32.00)	166 (41.50)	70 (17.50)	3.663	0.898	มาก
รวม						3.522	0.892	มาก

จากตาราง 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวใจจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบทบาทของรัฐ โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.522$, S.D. = 0.892) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า การจัดการด้านสภาพภูมิทัศน์ และการบูรณะด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนเรื่องการจัดการขยะ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจปานกลางเกี่ยวกับด้านบทบาทของรัฐ จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4.22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านต่าง ๆ

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม	3.711	0.749	มาก
ด้านราคาสินค้าและบริการ	3.384	0.737	ปานกลาง
ด้านการคมนาคม	3.641	0.840	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.249	0.883	ปานกลาง
ด้านการบริการ	3.354	0.807	ปานกลาง
ด้านของที่ระลึก	3.497	0.776	ปานกลาง
ด้านบทบาทของรัฐ	3.522	0.892	มาก

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.711 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจจากปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยการคมนาคม มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.641 ปัจจัยด้านบทบาทของรัฐ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.522 ปัจจัยทางด้านของที่ระลึก มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.497 ปัจจัยทางด้านราคาสินค้าและบริการ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.384 ด้านการบริการ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.354 และด้านความปลอดภัย มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.249 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความ สมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มี ต่อระดับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ด้วยการทดสอบ T-Test และ One-Way ANOVA ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศหญิง มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำ การเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความ พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศ หญิง ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจใน การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศหญิง มีความ แตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.23 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

	เพศ	N	Mean	SD	T-test	Sig.(2-tailed)
1. โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	ชาย	135	3.728	0.530	0.418	0.676
	หญิง	264	3.703	0.587		
2. ราคาสินค้าและบริการ	ชาย	134	3.376	0.567	-0.215	0.830
	หญิง	264	3.389	0.539		
3. การคมนาคม	ชาย	135	3.659	0.656	0.409	0.682
	หญิง	264	3.629	0.726		
4. ความปลอดภัย	ชาย	135	3.200	0.806	-0.850	0.396
	หญิง	264	3.271	0.789		

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.23 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน
โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

	เพศ	N	Mean	SD	T-test	Sig.(2-tailed)
5. การบริการ	ชาย	135	3.339	0.672	-0.274	0.784
	หญิง	264	3.359	0.698		
6. ของที่ระลึก	ชาย	135	3.442	0.600	-1.092	0.275
	หญิง	264	3.519	0.697		
7. บทบาทของภาครัฐ	ชาย	135	3.454	0.834	-1.209	0.227
	หญิง	264	3.556	0.769		

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่า Sig. มากกว่าค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ส่งผลให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางด้านอายุที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอายุ มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.24 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอายุ				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	10.061	2.012	6.697	0.000*
	Within Groups	394	118.382	0.3		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	7.48	1.496	5.269	0.000*
	Within Groups	393	111.583	0.284		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	5	14.59	2.918	6.304	0.000*
	Within Groups	394	182.365	0.463		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	20.242	4.048	6.891	0.000*
	Within Groups	394	231.48	0.588		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	28.745	5.749	14.083	0.000*
	Within Groups	394	160.835	0.408		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	18.162	3.632	8.905	0.000*
	Within Groups	394	160.722	0.408		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	18.455	3.691	6.292	0.000*
	Within Groups	394	231.135	0.587		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.24 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง 4.25 ถึง 4.31

ตาราง 4.25 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 4.021$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.689$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.537$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.644$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.667$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.438$)
18 - 20 ปี ($\bar{X} = 4.021$)	-	0.332*	0.484*	0.377	0.354	0.583
21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.689$)		-	0.152	0.045	0.022	0.251
31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.537$)			-	-0.107	-0.130	0.099
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.644$)				-	-0.023	0.206
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.667$)					-	0.229
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.438$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.25 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 21-30 ปี และ 31-40 ปี

ตาราง 4.26 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราสินค้าและบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 3.633$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.375$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.208$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.261$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.500$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.375$)
18 - 20 ปี ($\bar{X} = 3.633$)	-	0.258*	0.425*	0.372*	0.133	-0.258
21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.375$)		-	0.167	0.114	-0.125	0
31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.208$)			-	-0.053	-0.292	-0.167
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.261$)				-	-0.239	-0.114
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.500$)					-	0.125
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.375$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.26 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 21-30 ปี, 31- 40 ปี และ 41-50 ปี

ตาราง 4.27 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี (\bar{X} = 3.912)	21 - 30 ปี (\bar{X} = 3.678)	31 - 40 ปี (\bar{X} = 3.333)	41 - 50 ปี (\bar{X} = 3.465)	51 - 60 ปี (\bar{X} = 3.889)	60 ปีขึ้นไป (\bar{X} = 3.500)
18 - 20 ปี (\bar{X} = 3.912)	-	0.234	0.578*	0.447	0.023	0.412
21 - 30 ปี (\bar{X} = 3.678)		-	0.345*	0.213	-0.211	0.178
31 - 40 ปี (\bar{X} = 3.333)			-	-0.132	-0.556	-0.167
41 - 50 ปี (\bar{X} = 3.465)				-	-0.424	-0.035
51 - 60 ปี (\bar{X} = 3.889)					-	0.389
60 ปีขึ้นไป (\bar{X} = 3.500)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.27 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการคมนาคม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี

ตาราง 4.28 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี (\bar{X} = 3.639)	21 - 30 ปี (\bar{X} = 3.263)	31 - 40 ปี (\bar{X} = 3.000)	41 - 50 ปี (\bar{X} = 3.010)	51 - 60 ปี (\bar{X} = 3.278)	60 ปีขึ้นไป (\bar{X} = 2.667)
18 - 20 ปี (\bar{X} = 3.639)	-	0.376*	0.639*	0.629*	0.361	0.972*
21 - 30 ปี (\bar{X} = 3.263)		-	0.263	0.253	-0.015	0.596
31 - 40 ปี (\bar{X} = 3.000)			-	-0.010	-0.278	0.333

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.28 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 3.639$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.263$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.000$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.010$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.278$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.667$)
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.010$)				-	-0.268	0.343
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.278$)					-	0.611
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.667$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.28 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 21 - 30 ปี, 31 - 40 ปี, 41 - 50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป

ตาราง 4.29 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 3.837$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.356$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.097$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.152$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.125$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.563$)
18 - 20 ปี ($\bar{X} = 3.837$)	-	0.481*	0.740*	0.685*	0.712*	1.274*
21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.356$)		-	0.259	-0.204	0.231	0.793
31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.097$)			-	-0.055	-0.028	0.534
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.152$)				-	0.027	0.589
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.125$)					-	0.562
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.563$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.29 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าทุกกลุ่มอายุ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าทุกกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป

ตาราง 4.30 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 3.903$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.490$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.276$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.276$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.389$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.208$)
18 - 20 ปี ($\bar{X} = 3.903$)	-	0.413*	0.627*	0.627*	0.514	0.695
21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.490$)		-	0.214	0.214	0.101	0.282
31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.276$)			-	0	-0.113	0.068
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.276$)				-	-0.013	0.068
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.389$)					-	0.181
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.208$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.30 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 21 - 30 ปี,
31-40 ปี และ 41-50 ปี

ตาราง 4.31 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามอายุ

อายุ	18-20 ปี ($\bar{X} = 3.870$)	21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.567$)	31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.262$)	41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.293$)	51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.167$)	60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.167$)
18 - 20 ปี ($\bar{X} = 3.870$)	-	0.303	0.608*	0.577*	0.703	0.703
21 - 30 ปี ($\bar{X} = 3.567$)		-	0.305	0.274	0.400	0.400
31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.262$)			-	-0.031	0.095	0.095
41 - 50 ปี ($\bar{X} = 3.293$)				-	0.126	0.126
51 - 60 ปี ($\bar{X} = 3.167$)					-	0
60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.167$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.31 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบทบาทของภาครัฐ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18-20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี

3. ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig. ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.32 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านระดับการศึกษา				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	10.45	2.09	6.979	0.000*
	Within Groups	394	117.992	0.299		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	3.398	0.68	2.309	0.044*
	Within Groups	393	115.666	0.294		
	Total	398	119.064			

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.32 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน
โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านระดับการศึกษา				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
การคมนาคม	Between Groups	5	6.33	1.266	2.617	0.024*
	Within Groups	394	190.626	0.484		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	7.948	1.59	2.569	0.026*
	Within Groups	394	243.774	0.619		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	5.698	1.14	2.442	0.034*
	Within Groups	394	183.882	0.467		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	8.549	1.71	3.955	0.002*
	Within Groups	394	170.335	0.432		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	7.953	1.591	2.594	0.025*
	Within Groups	394	241.637	0.613		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.32 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง

ตาราง 4.33 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา ($\bar{X} = 3.798$)	มัธยมศึกษา ตอนต้น ($\bar{X} = 3.673$)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช. ($\bar{X} = 3.989$)	ปวส. / อนุปริญญา ($\bar{X} = 3.653$)	ปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.631$)	ปริญญาโท ($\bar{X} = 3.440$)
ประถมศึกษา ($\bar{X} = 3.798$)	-	0.125	-0.191	0.145	0.167	0.358
มัธยมศึกษาตอนต้น ($\bar{X} = 3.673$)		-	-0.316	0.020	0.042	0.233
มัธยมศึกษาตอนปลาย ($\bar{X} = 3.989$)			-	0.336	0.358*	0.549*
ปวส. / อนุปริญญา ($\bar{X} = 3.653$)				-	0.022	0.213
ปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.631$)					-	0.191
ปริญญาโท ($\bar{X} = 3.440$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.33 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี และปริญญาโท

4. ปัจจัยทางด้านสถานภาพที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกสถานภาพ มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการ

ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกสถานภาพ มีความแตกต่างกัน
ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.34 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความ
แปรปรวน

ความพึงพอใจ		df	ปัจจัยด้านอายุ		F-test	Sig.
			SS	MS		
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	2	0.919	0.459	1.43	0.241
	Within Groups	397	127.524	0.321		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	2	0.385	0.192	0.642	0.527
	Within Groups	396	118.679	0.3		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	2	1.958	0.979	1.993	0.138
	Within Groups	397	194.998	0.491		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	2	4.938	2.469	3.972	0.020*
	Within Groups	397	246.784	0.622		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	2	5.828	2.914	6.296	0.002*
	Within Groups	397	183.752	0.463		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	2	1.626	0.813	1.821	0.163
	Within Groups	397	177.258	0.446		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	2	1.999	1	1.603	0.203
	Within Groups	397	247.591	0.624		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.34 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านสถานภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ ได้

ดังตาราง 4.35

ตาราง 4.35 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด ($\bar{X} = 3.316$)	สมรส ($\bar{X} = 3.071$)	หม้าย / หย่าร้าง ($\bar{X} = 3.364$)
โสด ($\bar{X} = 3.316$)	-	0.245*	-0.048
สมรส ($\bar{X} = 3.071$)		-	-0.293
หม้าย / หย่าร้าง ($\bar{X} = 3.364$)			-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.35 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส

ตาราง 4.36 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด ($\bar{X} = 3.423$)	สมรส ($\bar{X} = 3.234$)	หม้าย / หย่าร้าง ($\bar{X} = 2.841$)
โสด ($\bar{X} = 3.423$)	-	0.18*	0.58*
สมรส ($\bar{X} = 3.234$)		-	0.393
หม้าย / หย่าร้าง ($\bar{X} = 2.841$)			-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.36 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง

5. ปัจจัยทางด้านอาชีพที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอาชีพ มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่มอาชีพ มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.37 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอาชีพ				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	6	12.965	2.161	7.354	0.000*
	Within Groups	393	115.477	0.294		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	6	6.005	1.001	3.47	0.002*
	Within Groups	392	113.059	0.288		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	6	16.685	2.781	6.062	0.000*
	Within Groups	393	180.271	0.459		
	Total	399	196.955			

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.37 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน
โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอาชีพ				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
ความปลอดภัย	Between Groups	6	20.8	3.467	5.9	0.000*
	Within Groups	393	230.922	0.588		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	6	25.828	4.305	10.331	0.000*
	Within Groups	393	163.751	0.417		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	6	18.181	3.03	7.41	0.000*
	Within Groups	393	160.703	0.409		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	6	15.846	2.641	4.44	0.000*
	Within Groups	393	233.744	0.595		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.37 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านอาชีพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง 4.38 ถึง 4.44

ตาราง 4.38 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.962$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.930$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.506$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.449$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.674$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.868$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.455$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.962$)	-	0.032	0.456*	0.513*	0.288*	0.094	0.507
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.930$)		-	0.424	0.481	0.256	0.062	0.475
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.506$)			-	0.057	-0.168	-0.362	0.051
ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.449$)				-	-0.225	-0.419	-0.006
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.674$)					-	-0.194	0.219
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.868$)						-	0.413
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.455$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.38 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และ พนักงานบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็น ข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

ตาราง 4.39 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.609$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.400$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.333$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.253$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.340$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.263$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.273$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.609$)	-	0.209	0.276	0.356*	0.269*	0.346	0.336
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.400$)		-	0.067	0.147	0.06	0.137	0.127
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.333$)			-	0.080	-0.007	0.070	0.060

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.39 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.609$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.400$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.333$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.253$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.340$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.263$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.273$)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ($\bar{X} = 3.253$)				-	-0.087	-0.010	-0.020
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.340$)					-	0.077	0.067
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.263$)						-	-0.010
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.273$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.39 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ราคาสินค้าและบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจ
มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และ พนักงานบริษัทเอกชน

ตาราง 4.40 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.871$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.880$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.761$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.211$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.595$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.719$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.394$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.871$)	-	-0.009	0.110	0.660*	0.276	0.152	0.477
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.880$)		-	0.119	0.669*	0.285	0.161	0.486
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.761$)			-	0.550*	0.166	0.042	0.367
ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.211$)				-	-0.384	-0.508	-0.183
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.595$)					-	-0.124	0.201
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.719$)						-	0.325
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.394$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.40 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการคมนาคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

ตาราง 4.41 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.565$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.493$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.111$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.810$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.219$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.316$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.061$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.565$)	-	0.072	0.454	0.755*	0.346	0.249	0.504
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.493$)		-	0.382	0.683*	0.274	0.177	0.432
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.111$)			-	0.301	-0.108	-0.205	0.050
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ($\bar{X} = 2.810$)				-	-0.409	-0.506	-0.251
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.219$)					-	-0.097	0.158
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.316$)						-	0.255
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.061$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.41 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และ ข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

ตาราง 4.42 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.724$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.610$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.199$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.903$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.299$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.500$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.091$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.724$)	-	0.114	0.525*	0.821*	0.425*	0.224	0.633

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.42 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.724$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.610$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.199$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.903$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.299$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.500$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.091$)
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.610$)		-	0.411	0.707*	0.311	0.110	0.519
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.199$)			-	0.296	-0.100	-0.301	0.108
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ($\bar{X} = 2.903$)				-	-0.396*	-0.597	-0.188
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.299$)					-	-0.201	0.208
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.500$)						-	0.409
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.091$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.42 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
การบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ตาราง 4.43 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.820$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.693$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.479$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.109$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.434$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.491$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.333$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.820$)	-	0.127	0.341	0.711*	0.386*	0.329	0.487
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.693$)		-	0.214	0.584*	0.259	0.202	0.360
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.479$)			-	0.370	0.045	-0.012	0.146

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.43 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ($\bar{X} = 3.109$)				-	-0.325	-0.382	-0.224
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.434$)					-	-0.057	0.101
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.491$)						-	0.158
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.333$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.43 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และ พนักงานเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
อาชีพเป็นข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ธุรกิจ
ส่วนตัว / ค้าขาย

ตาราง 4.44 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.757$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.787$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.265$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.170$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.527$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.632$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.303$)
นักเรียน ($\bar{X} = 3.757$)	-	-0.030	0.492	0.587*	0.230	0.125	0.454
ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.787$)		-	0.522	0.617	0.260	0.155	0.484
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.265$)			-	0.095	-0.262	-0.367	-0.038
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ($\bar{X} = 3.170$)				-	-0.357	-0.462	-0.133
พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.527$)					-	-0.105	0.224

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.44 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน ($\bar{X} = 3.757$)	ข้าราชการ ($\bar{X} = 3.787$)	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.265$)	ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.170$)	พนักงาน บริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.527$)	รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.632$)	พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.303$)
รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.632$)						-	0.329
พ่อบ้าน / แม่บ้าน ($\bar{X} = 3.303$)							-

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.44 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
บทบาทของรัฐ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

6. ปัจจัยทางด้านรายได้ที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับรายได้ มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำ
การเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความ
พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับรายได้ ไม่
มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับรายได้ มีความแตกต่างกัน
ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.45 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านรายได้				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	4.705	0.941	2.996	0.011*
	Within Groups	394	123.737	0.314		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	4.148	0.83	2.837	0.016*
	Within Groups	393	114.916	0.292		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	5	5.741	1.148	2.366	0.039*
	Within Groups	394	191.214	0.485		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	8.178	1.636	2.646	0.023*
	Within Groups	394	243.544	0.618		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	11.324	2.265	5.006	0.000*
	Within Groups	394	178.256	0.452		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	9.189	1.838	4.267	0.001*
	Within Groups	394	169.696	0.431		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	11.814	2.363	3.915	0.002*
	Within Groups	394	237.776	0.603		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.45 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง 4.46 ถึง 4.48

ตาราง 4.46 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.519$)	10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.293$)	20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.050$)	30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.133$)	40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.146$)	50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.060$)
ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.519$)	-	0.226	0.469*	0.386	0.373	0.459
10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.293$)		-	0.243	0.160	0.147	0.233
20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.050$)			-	-0.083	-0.096	-0.010
30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.133$)				-	-0.013	0.073
40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.146$)					-	0.086
50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.060$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.46 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

ตาราง 4.47 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.619$)	10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.449$)	20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.233$)	30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.000$)	40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.639$)	50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.413$)
ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.619$)	-	0.170	0.386	0.619*	-0.020	0.206
10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.449$)		-	0.216	0.449	-0.190	0.036

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.47 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.619$)	10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.449$)	20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.233$)	30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.000$)	40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.639$)	50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.413$)
20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.233$)			-	0.233	-0.406	-0.180
30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.000$)				-	-0.639	-0.413
40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.639$)					-	0.226
50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.413$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.47 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

ตาราง 4.48 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.626$)	10,001- 20,000 บาท ($\bar{X} = 3.570$)	20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.300$)	30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.267$)	40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.111$)	50,000 บาท ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.032$)
ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.626$)	-	0.056	0.326	0.359	0.515	0.594*
10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.570$)		-	0.270	0.303	0.459	0.538
20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.300$)			-	0.033	0.189	0.268
30,001 - 40,000 บาท ($\bar{X} = 3.267$)				-	0.156	0.235
40,001 - 50,000 บาท ($\bar{X} = 3.111$)					-	0.079
50,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 3.032$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.48 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการของภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป

4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.49 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน โดยการ
วิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	13.537	2.707	9.283	0.000*
	Within Groups	394	114.905	0.292		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	5.865	1.173	4.073	0.001*
	Within Groups	393	113.198	0.288		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	5	9.048	1.81	3.794	0.002*
	Within Groups	394	187.907	0.477		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	14.689	2.938	4.883	0.000*
	Within Groups	394	237.033	0.602		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	16.167	3.233	7.346	0.000*
	Within Groups	394	173.413	0.44		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	9.141	1.828	4.244	0.001*
	Within Groups	394	169.743	0.431		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	11.067	2.213	3.656	0.003*
	Within Groups	394	238.523	0.605		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.49 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้า
และบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อย
กว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็น รายคู่ ได้ดังตาราง 4.50 ถึง 4.55

ตาราง 4.50 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา (\bar{X} = 4.112)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.621)	เยี่ยมชม (\bar{X} = 3.635)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา (\bar{X} = 3.643)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน (\bar{X} = 4.208)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ (\bar{X} = 3.804)
ทัศนศึกษา (\bar{X} = 4.112)	-	0.491*	0.477	0.469*	-0.096*	0.308
พักผ่อน / ท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.621)		-	-0.014	-0.022	-0.587	-0.183
เยี่ยมชม (\bar{X} = 3.635)			-	-0.008	-0.573	-0.169
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา (\bar{X} = 3.643)				-	-0.565	-0.161
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน (\bar{X} = 4.208)					-	0.404
ศึกษาประวัติศาสตร์ (\bar{X} = 3.804)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.50 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว เพื่อทัศนศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน / ท่องเที่ยว ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา และน้อยกว่ามาท่องเที่ยวเพื่อประชุม / สัมมนา / ดูงาน

ตาราง 4.51 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์
ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.694$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.333$)	เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.233$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 3.381$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.500$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.374$)
ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.694$)	-	0.361*	0.461	0.313	0.194	0.320
พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.333$)		-	0.100	-0.048	-0.167	-0.041
เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.233$)			-	-0.148	-0.267	-0.141
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.381$)				-	-0.119	0.007
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.500$)					-	0.126
ศึกษาประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.374$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.51 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ราคาสินค้าและบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา
มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/
ท่องเที่ยว

ตาราง 4.52 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.680$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.176$)	เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.205$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 2.968$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.694$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.275$)
ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.680$)	-	0.504*	0.475	0.712*	-0.014	0.405
พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.176$)		-	-0.029	0.208	-0.518	-0.099
เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.205$)			-	0.237	-0.489	-0.070

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.52 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.680$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.176$)	เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.205$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 2.968$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.694$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.275$)
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 2.968$)				-	-0.726	-0.307
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.694$)					-	0.419
ศึกษาประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.275$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.52 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว และ ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

ตาราง 4.53 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.806$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.285$)	เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.385$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 3.167$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.854$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.141$)
ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.806$)	-	0.521*	0.421	0.639*	-0.048	0.66*
พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.285$)		-	-0.100	0.118	-0.569	0.144
เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.385$)			-	0.218	-0.469	0.244
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.167$)				-	-0.687	0.026
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.854$)					-	0.713
ศึกษาประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.141$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.53 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา และ ศึกษาประวัติศาสตร์

ตาราง 4.54 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.830$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.456$)	เยี่ยมชม ญาติ ($\bar{X} = 3.256$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 3.206$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.722$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.565$)
ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.830$)	-	0.374*	0.574	0.624*	0.108	0.265
พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.456$)		-	0.200	0.250	-0.266	-0.109
เยี่ยมชมญาติ ($\bar{X} = 3.256$)			-	0.050	-0.466	-0.309
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.206$)				-	-0.516	-0.359
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 3.722$)					-	0.157
ศึกษาประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.565$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.54 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว และ ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา

ตาราง 4.55 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.884$)	พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.453$)	เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.513$)	ปฏิบัติ กิจกรรม ทางศาสนา ($\bar{X} = 3.365$)	ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 4.000$)	ศึกษา ประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.493$)
ทัศนศึกษา ($\bar{X} = 3.884$)	-	0.431*	0.371	0.519	-0.016	0.391
พักผ่อน / ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.453$)		-	-0.060	0.088	-0.547	-0.040
เยี่ยมชม ($\bar{X} = 3.513$)			-	-0.371	-0.487	0.020
ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.365$)				-	-0.635	0.128
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน ($\bar{X} = 4.000$)					-	0.507
ศึกษาประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 3.493$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.55 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
บทบาทของรัฐ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา มีความ
พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

2. ปัจจัยทางด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำ
การเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึง
พอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วม
เดินทางในการมาท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดง
ว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อ
จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.56 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	3	2.135	0.712	2.231	0.084
	Within Groups	396	126.308	0.319		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	3	2.184	0.728	2.46	0.062
	Within Groups	395	116.88	0.296		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	3	1.244	0.415	0.839	0.473
	Within Groups	396	195.711	0.494		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	3	5.525	1.842	2.962	0.032*
	Within Groups	396	246.197	0.622		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	3	2.365	0.788	1.667	0.173
	Within Groups	396	187.215	0.473		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	3	5.159	1.72	3.92	0.009*
	Within Groups	396	173.725	0.439		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	3	6.261	2.087	3.397	0.018*
	Within Groups	396	243.329	0.614		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.56 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านความปลอดภัย ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง 4.57

ตาราง 4.57 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ในการมาท่องเที่ยว

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	เดินทางคนเดียว ($\bar{X} = 3.381$)	2 - 5 คน ($\bar{X} = 3.418$)	6 - 10 คน ($\bar{X} = 3.681$)	มากกว่า 10 คน ($\bar{X} = 3.585$)
เดินทางคนเดียว ($\bar{X} = 3.381$)	-	-0.037	-0.300	-0.204
2 - 5 คน ($\bar{X} = 3.418$)		-	-0.26*	-0.167
6 - 10 คน ($\bar{X} = 3.681$)			-	0.033
มากกว่า 10 คน ($\bar{X} = 3.585$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.57 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 6-10 คน

3. ปัจจัยทางด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

ตาราง 4.58 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบุคคลที่ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน
โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	6	4.391	0.732	2.319	0.033*
	Within Groups	393	124.051	0.316		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	6	3.216	0.536	1.814	0.095
	Within Groups	392	115.847	0.296		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	6	4.424	0.737	1.505	0.175
	Within Groups	393	192.531	0.49		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	6	6.05	1.008	1.613	0.142
	Within Groups	393	245.672	0.625		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	6	3.064	0.511	1.076	0.376
	Within Groups	393	186.516	0.475		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	6	3.449	0.575	1.288	0.262
	Within Groups	393	175.436	0.446		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	6	4.808	0.801	1.287	0.262
	Within Groups	393	244.782	0.623		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.58 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อมมีค่าน้อยกว่าค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

ส่วนค่า Sig. ของปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่ามากกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_0 นั่นคือ ปัจจัยด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐไม่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยทางด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig. ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.59 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการ
วิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	9.968	1.994	6.63	0.000*
	Within Groups	394	118.474	0.301		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	4.11	0.822	2.81	0.017*
	Within Groups	393	114.954	0.293		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	5	8.519	1.704	3.562	0.004*
	Within Groups	394	188.436	0.478		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	14.83	2.966	4.933	0.000*
	Within Groups	394	236.892	0.601		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	9.976	1.995	4.377	0.001*
	Within Groups	394	179.604	0.456		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	10.343	2.069	4.836	0.000*
	Within Groups	394	168.542	0.428		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	11.985	2.397	3.975	0.002*
	Within Groups	394	237.605	0.603		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.59 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้า
และบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ มีค่าน้อย
กว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในการมาท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ ต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ ได้ดังตาราง 4.60 ถึง 4.63

ตาราง 4.60 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะ	รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.574$)	รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.882$)	รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.955$)	รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.894$)	รถไฟ ($\bar{X} = 3.583$)	มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.826$)
รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.574$)	-	-0.308*	-0.381*	-0.320*	-0.009	-0.252
รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.882$)		-	-0.073	0.012	0.299	0.056
รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.955$)			-	0.061	0.372	0.129
รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.894$)				-	0.311	0.068
รถไฟ ($\bar{X} = 3.583$)					-	0.311
มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.826$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.60 พบว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจน้อยกว่า กว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถโดยสารประจำทาง รถบริษัทท่องเที่ยว รถรับจ้างทั่วไป

ตาราง 4.61 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะ	รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.157$)	รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.386$)	รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.667$)	รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.463$)	รถไฟ ($\bar{X} = 3.222$)	มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 2.926$)
รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.157$)	-	-0.229*	-0.510*	-0.306	-0.065	0.231
รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.386$)		-	-0.281	-0.077	0.164	0.460
รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.667$)			-	0.204	0.445	0.741*
รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.463$)				-	0.241	0.537
รถไฟ ($\bar{X} = 3.222$)					-	0.296
มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 2.926$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.61 พบว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถยนต์ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถบริษัทท่องเที่ยว และรถโดยสารประจำทาง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะเป็นรถมอเตอร์ไซด์มีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะ รถบริษัทท่องเที่ยว

ตาราง 4.62 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะ	รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.243$)	รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.627$)	รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.538$)	รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.532$)	รถไฟ ($\bar{X} = 3.250$)	มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.229$)
รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.243$)	-	0.384*	-0.295	-0.289	-0.007	0.014
รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.627$)		-	0.089	0.095	-0.377	0.398
รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.538$)			-	-0.006	0.288	0.309

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.62 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
ท่องเที่ยว

พาหนะ	รถยนต์ ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.243$)	รถโดยสาร ประจำทาง ($\bar{X} = 3.627$)	รถบริษัท ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.538$)	รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.532$)	รถไฟ ($\bar{X} = 3.250$)	มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.229$)
รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.532$)				-	0.282	0.303
รถไฟ ($\bar{X} = 3.250$)					-	0.021
มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.229$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.62 พบว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะ
รถยนต์ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้
พาหนะรถโดยสารประจำทาง

ตาราง 4.63 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านของที่ระลึก จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
ท่องเที่ยว

พาหนะ	รถยนต์ ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.417$)	รถโดยสาร ประจำทาง ($\bar{X} = 3.765$)	รถบริษัท ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.626$)	รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.685$)	รถไฟ ($\bar{X} = 3.333$)	มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.222$)
รถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.417$)	-	0.348*	-0.209	-0.268	0.084	0.195
รถโดยสารประจำทาง ($\bar{X} = 3.765$)		-	-0.139	0.080	0.432	0.543*
รถบริษัทท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.626$)			-	-0.059	0.293	0.404
รถรับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 3.685$)				-	0.352	0.463
รถไฟ ($\bar{X} = 3.333$)					-	0.352
มอเตอร์ไซด์ ($\bar{X} = 3.222$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.63 พบว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถยนต์ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถโดยสารประจำทาง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะเป็นรถมอเตอร์ไซด์มีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะรถโดยสารประจำทาง

5. ปัจจัยทางด้านจำนวนครั้งในการเดินทางในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.64 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาเที่ยวภายใน 1 ปี				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	3	0.838	0.279	0.867	0.458
	Within Groups	396	127.604	0.322		
	Total	399	128.442			

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.64 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทาง
ในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาเที่ยวภายใน 1 ปี				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	3	2.596	0.865	2.935	0.033*
	Within Groups	395	116.467	0.295		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	3	3.074	1.025	2.093	0.101
	Within Groups	396	193.881	0.49		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	3	4.627	1.542	2.472	0.061
	Within Groups	396	247.095	0.624		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	3	2.668	0.889	1.884	0.132
	Within Groups	396	186.912	0.472		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	3	1.25	0.417	0.929	0.427
	Within Groups	396	177.634	0.449		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	3	4.085	1.362	2.196	0.088
	Within Groups	396	245.505	0.62		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.64 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านจำนวนครั้งในการเดินทางในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ ต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ได้ดังตาราง 4.65

ตาราง 4.65 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามจำนวนครั้ง
ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความถี่	มาเป็นครั้งแรก ($\bar{X} = 3.345$)	2 - 4 ครั้ง ($\bar{X} = 3.385$)	5 - 7 ครั้ง ($\bar{X} = 3.645$)	มากกว่า 7 ครั้ง ($\bar{X} = 3.317$)
มาเป็นครั้งแรก ($\bar{X} = 3.345$)	-	-0.040	-0.300	0.028
2 - 4 ครั้ง ($\bar{X} = 3.385$)		-	-0.260	0.068
5 - 7 ครั้ง ($\bar{X} = 3.645$)			-	0.328*
มากกว่า 7 ครั้ง ($\bar{X} = 3.317$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.65 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน
ราคาสินค้าและบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 5-7 ครั้ง มีความพึงพอใจ
มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก

6. ปัจจัยทางด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำ
การเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ขอมรับ H_0 แสดงว่า ความ
พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อระยะเวลา
ในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ขอมรับ H_1
แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
ต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

ตาราง 4.66 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการ
วิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	3	3.28	1.093	3.459	0.016*
	Within Groups	396	125.162	0.316		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	3	2.709	0.903	3.065	0.028*
	Within Groups	395	116.355	0.295		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	3	6.392	2.131	4.427	0.004*
	Within Groups	396	190.564	0.481		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	3	7.342	2.447	3.966	0.008*
	Within Groups	396	244.38	0.617		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	3	7.245	2.415	5.245	0.001*
	Within Groups	396	182.335	0.46		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	3	4.009	1.336	3.026	0.029*
	Within Groups	396	174.876	0.442		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	3	6.348	2.116	3.445	0.017*
	Within Groups	396	243.242	0.614		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.66 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยทุกด้าน มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในทุก ๆ ด้านที่แตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ ได้ดังตาราง 4.67 ถึง 4.70

ตาราง 4.67 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามระยะเวลา ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ระยะเวลามาท่องเที่ยว	1 วัน ($\bar{X} = 3.350$)	2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.567$)	5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.571$)	มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.321$)
1 วัน ($\bar{X} = 3.350$)	-	0.217*	-0.221	0.029
2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.567$)		-	-0.004	0.246
5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.571$)			-	0.250
มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.321$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.67 พบว่า ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-4 วัน มีความพึงพอใจมากกว่า กว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน

ตาราง 4.68 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว แต่ละครั้ง

ระยะเวลามาท่องเที่ยว	1 วัน ($\bar{X} = 3.628$)	2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.836$)	5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.905$)	มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.286$)
1 วัน ($\bar{X} = 3.628$)	-	-0.208	-0.277	0.342
2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.836$)		-	-0.069	0.550*
5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.905$)			-	0.619
มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.286$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.68 พบว่า ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการคมนาคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-4 วัน มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 7 วัน

ตาราง 4.69 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว แต่ละครั้ง

ระยะเวลามาท่องเที่ยว	1 วัน ($\bar{X} = 3.313$)	2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.635$)	5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.607$)	มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.125$)
1 วัน ($\bar{X} = 3.313$)	-	-0.322*	-0.294	0.188
2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.635$)		-	0.028	0.510*
5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.607$)			-	0.482
มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.125$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.69 พบว่า ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-4 วัน มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน

ตาราง 4.70 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านบทบาทของรัฐ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ระยะเวลามาท่องเที่ยว	1 วัน ($\bar{X} = 3.519$)	2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.694$)	5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.714$)	มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.131$)
1 วัน ($\bar{X} = 3.519$)	-	-0.175	-0.195	0.388
2 - 4 วัน ($\bar{X} = 3.694$)		-	-0.020	0.563*
5 - 7 วัน ($\bar{X} = 3.714$)			-	0.583
มากกว่า 7 วัน ($\bar{X} = 3.131$)				-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.70 พบว่า ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการของภาครัฐ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-4 วัน และ 1 วัน มีความพึงพอใจมากกว่า กว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 7 วัน

7. ปัจจัยทางด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะ ยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.71 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	2.474	0.495	1.547	0.174
	Within Groups	394	125.969	0.32		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	2.285	0.457	1.538	0.177
	Within Groups	393	116.779	0.297		
	Total	398	119.064			

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.71 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
แต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
การคมนาคม	Between Groups	5	3.344	0.669	1.361	0.238
	Within Groups	394	193.612	0.491		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	6.501	1.3	2.089	0.066
	Within Groups	394	245.221	0.622		
	Total	399	251.722			
การบริการ	Between Groups	5	1.847	0.369	0.775	0.568
	Within Groups	394	187.732	0.476		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	0.678	0.136	0.3	0.913
	Within Groups	394	178.206	0.452		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	1.794	0.359	0.57	0.723
	Within Groups	394	247.796	0.629		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.71 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยทุกด้าน มีค่ามากกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_0 นั่นคือ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาใน ทุก ๆ ด้านมีความแตกต่างกัน

8. ปัจจัยทางด้านแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ α เท่ากับ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig. ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า α ก็จะยอมรับ H_0 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกัน และถ้าค่า Sig. น้อยกว่า α ก็จะยอมรับ H_1 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 4.72 ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	Between Groups	5	2.145	0.429	1.338	0.247
	Within Groups	394	126.298	0.321		
	Total	399	128.442			
ราคาสินค้าและบริการ	Between Groups	5	6.862	1.372	4.807	0.000*
	Within Groups	393	112.202	0.286		
	Total	398	119.064			
การคมนาคม	Between Groups	5	10.003	2.001	4.216	0.001*
	Within Groups	394	186.953	0.474		
	Total	399	196.955			
ความปลอดภัย	Between Groups	5	9.531	1.906	3.101	0.009*
	Within Groups	394	242.191	0.615		
	Total	399	251.722			

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.72 (ต่อ) ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว
แต่ละครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว				Sig.
		df	SS	MS	F-test	
การบริการ	Between Groups	5	7.291	1.458	3.152	0.008*
	Within Groups	394	182.289	0.463		
	Total	399	189.58			
ของที่ระลึก	Between Groups	5	6.318	1.264	2.885	0.014*
	Within Groups	394	172.566	0.438		
	Total	399	178.884			
บทบาทของภาครัฐ	Between Groups	5	4.395	0.879	1.413	0.219
	Within Groups	394	245.195	0.622		
	Total	399	249.59			

*ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.72 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก มีค่าน้อยกว่า ค่า α แสดงว่า ต้องยอมรับ H_1 นั่นคือ ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก มีความแตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นรายคู่ ได้ดังตาราง 4.73 ถึง 4.74

ตาราง 4.73 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามแหล่งข้อมูล
ในการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.188$)	วิทยุ / โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.473$)	นิตยสาร / วารสาร ($\bar{X} = 3.431$)	แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.600$)	อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.604$)	บุคคลใกล้ชิด ($\bar{X} = 3.275$)
หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.188$)	-	-0.285	-0.243	-0.412	-0.416	-0.087
วิทยุ / โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.473$)		-	0.042	-0.127	-0.131	0.198

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.73 (ต่อ) ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคาสินค้าและบริการ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.188$)	วิทยุ / โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.473$)	นิตยสาร / วารสาร ($\bar{X} = 3.431$)	แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.600$)	อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.604$)	บุคคลใกล้ชิด ($\bar{X} = 3.275$)
นิตยสาร / วารสาร ($\bar{X} = 3.431$)			-	-0.169	-0.173	0.156
แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.600$)				-	-0.004	0.325
อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.604$)					-	0.329*
บุคคลใกล้ชิด ($\bar{X} = 3.275$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.72 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก

ตาราง 4.74 ทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.729$)	วิทยุ / โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.629$)	นิตยสาร / วารสาร ($\bar{X} = 3.770$)	แผ่นพับ ($\bar{X} = 3.986$)	อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.896$)	บุคคลใกล้ชิด ($\bar{X} = 3.507$)
หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.729$)	-	0.100	-0.041	-0.257	-0.167	0.222
วิทยุ / โทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.629$)		-	-0.141	-0.357	-0.267	0.122
นิตยสาร / วารสาร ($\bar{X} = 3.770$)			-	-0.216	-0.126	0.263
แผ่นพับ / ใบปลิว ($\bar{X} = 3.986$)				-	0.090	0.479
อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.896$)					-	0.389*
บุคคลใกล้ชิด ($\bar{X} = 3.507$)						-

*ความแตกต่างของระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 4.73 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการคมนาคม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากจากอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก



บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลด้วยการออกชุดแบบสอบถาม ที่ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังมีผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

5.2.2 ลักษณะพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

5.4 การนำผลการศึกษาไปไว้ใช้

5.5 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางมา 2-5 คน เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง

5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถาน และสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือด้านการคมนาคม และด้านบทบาทของรัฐ ด้านของที่ระลึก ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการบริการ ด้านความปลอดภัย ตามลำดับ กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

2. อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3. ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4. สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5. อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

6. รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.2.2 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความปลอดภัย ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
3. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
6. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
8. แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียว และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก บุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548)

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549)

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548) และ สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549)

4. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548) และ สุคนธ์ธาร สุระเดชพิภพ (2549)

5.4 การนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม มากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ซึ่งผลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ควรนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป ดังพอสรุปได้ดังนี้

1. ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม และด้านบทบาทของรัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเช่นกัน ดังนั้นภาครัฐควรมีนโยบายอย่างเข้มงวดเกี่ยวกับโบราณสถานและโบราณวัตถุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จะเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา ตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็มีส่วนในการทำลาย ทำให้โบราณสถานและโบราณวัตถุเสื่อมโทรมเร็วขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุไว้ให้นานที่สุด จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาเป็นนโยบายของภาครัฐในการกำหนดออกกฎหมาย และกำหนดบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิดให้ชัดเจน ในการควบคุมดูแลรักษาโบราณสถานโบราณวัตถุ

กำหนดนโยบายจัดหางบประมาณหรือเงินทุนมาใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซมให้เพียงพอ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซมมีจำนวนสูงมาก หรืออาจขอความช่วยเหลือจากต่างประเทศ หากทางภาครัฐมีการจัดสรรไม่เพียงพอในการซ่อมแซมบูรณะ ซึ่งต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ และอาศัยเทคนิค วิธีการที่ทันสมัยเพื่อที่จะคงสภาพเดิมให้มากที่สุด ดังนั้นเมื่อโบราณสถานโบราณวัตถุมีความสวยงาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และอยากกลับมาเที่ยวอีก

2. ด้านการคมนาคม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ โดยมีการปรับปรุงถนนที่ใช้สัญจรภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถานที่สำคัญ ๆ ให้มีความเหมาะสม สามารถสัญจรไปมาสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย อีกทั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยวมีความชัดเจน สวยงาม และเข้าใจง่าย เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนระหว่างการท่องเที่ยว

3. ด้านความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่สำคัญนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด และเพื่อพัฒนาปัจจัยด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งโดยปกติและการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเดินทางไปยังบริเวณใดบริเวณหนึ่งนั้น สิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึง คือ ความปลอดภัย ซึ่งถ้าสถานที่ท่องเที่ยว นั้น มีปัญหาเรื่องความปลอดภัยเกิดขึ้น ย่อมมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ดังนั้น หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ โดยมีการจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก และให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มีการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจออกปฏิบัติงาน และตรวจตราตามสถานที่ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย และเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

4. ด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ โดยมีการจัดสถานบริการที่มีมาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

5. ด้านราคาสินค้าและบริการ และด้านของที่ระลึก เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เนื่องจากธรรมชาติของนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแล้วนิยมนที่จะซื้อสินค้าที่แตกต่างจากที่ตนมีอยู่ หรือซื้อสินค้าในราคาถูก หรือสินค้าพื้นเมือง ตลอดจนของที่ระลึก

ต่าง ๆ ดังนั้นควรมีการกำหนดเกี่ยวกับร้านขายสินค้าที่ระลึกให้มีมาตรฐาน ได้แก่ สินค้าจะต้องได้มาตรฐาน มีคุณภาพดี มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และราคายุติธรรม ควรมีการให้เครื่องหมายเพื่อรับรองคุณภาพของสินค้าแก่ร้านค้าที่ผ่านการตรวจสอบ ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการต่าง ๆ อีกทั้งควรมีการพัฒนาฝีมือแรงงานหรือการออกแบบให้มีมาตรฐานการผลิตที่ดีขึ้น

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชน ท้องถิ่น สังคม เศรษฐกิจ และสภาพสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น จึงอาจทำให้ผลการวิจัยยังไม่สามารถสื่อความหมายได้ในระดับจังหวัด หรือระดับประเทศ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางสรุปและพัฒนาในระดับจังหวัด และระดับประเทศต่อไป

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น การพัฒนาด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรนำปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่สำคัญมาทำการศึกษาในครั้งต่อไปด้วย

3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ควรที่จะมีการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6. (2551). จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี :

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ทำมาดี.

ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. (2547). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4).

กรุงเทพฯ : บุญศิริการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

วิทยานิพนธ์ / การศึกษาค้นคว้าอิสระ

คณิงนิตย์ เมฆมติ. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือ

ท่องเที่ยว ในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต ภาควิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา.

คลใจ มณีงาม. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่

ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ภาควิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ปิยะ หนูนิล. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการ

ให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์ ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์
 มหาวิทยาลัย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยศวีร์ ยุกคะนันท์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเชิงทดลอง
มหาสวัสดิ์ อำเภอกุศุมภะนฤมิตร จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตร
 มหาวิทยาลัย ภาควิชาเกษตรศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการ
ท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
 เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการ
ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัย ภาควิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 พระนครศรีอยุธยา.
- สุคนธ์ธาร สุระเชษฐพิภพ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว เมือง
ประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ
 เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2551 ก). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2551
 จาก <http://www.ayutthaya.go.th/city.htm>.
- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2551 ข). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นวันที่
 12 พฤศจิกายน 2551 จาก <http://www.ayutthaya.go.th/city.htm>.

Books

- Engle, J.F., Roger, D.B. & Paul W.M. (1990). Consumer Behavior (6th ed.). Hinsdale, Illinois :
 The Dryden.

- Fippo, E.B. (1961). Principle of Personel Management. New York : Mcgraw-Hill.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management. New York : Pearson Education.
- Loudon, D. & Bitta, A.J. (1988). Consumer Behavior : Concepts and Applications (3rd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Walters, C.G. (1987). Consumer Behavior : Theory and Practice (3rd ed.). Homewood, Illinois : Richard D. Irwin.
- Peter, P.J. & Olsen, J.C. (1990). Consumer Behavior and Marketing Strategy (2nd ed.). Homewood, Illinois : Richard D. Irwin.
- Schiffiman, L.G. & Kanuk, L.L. (1991). Consumer Behavior (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Yamane, T. (1967). Elementary sampling theory. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.





แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ เสียสละเวลาในการตอบแบบแสดงความคิดเห็นชุดนี้ โดยคำตอบของท่านจะใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

รายละเอียดของแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้ดำเนินงานวิจัย

(นางสาวปวีณา ทวีวงศ์ไอพาร)

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจงของแบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน กรุณาสละเวลาของท่าน 5 นาที ในการกรอกแบบสอบถาม
ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

18 - 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย
 ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. สถานภาพ

โสด สมรส หม้าย / หย่าร้าง

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป
 พ่อบ้าน / แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ เกษตรกร
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท
 30,001 - 40,000 บาท 40,001 - 50,000 บาท 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ท่านเลือก

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

<input type="checkbox"/> ทักษะศึกษา	<input type="checkbox"/> พักผ่อน / ท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> รักษาสุขภาพ พักฟื้น
<input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ	<input type="checkbox"/> ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา	<input type="checkbox"/> ศึกษาประวัติศาสตร์
<input type="checkbox"/> ประชุม / สัมมนา / งาน	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางของท่าน

<input type="checkbox"/> เดินทางคนเดียว	<input type="checkbox"/> 2 - 5 คน	<input type="checkbox"/> 6 - 10 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 10 คน
---	-----------------------------------	------------------------------------	--
3. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน เดินทางมากับใคร

<input type="checkbox"/> เดินทางคนเดียว	<input type="checkbox"/> มากับเพื่อน	<input type="checkbox"/> มากับครอบครัว
<input type="checkbox"/> มากับบริษัทนำเที่ยว	<input type="checkbox"/> มากับหน่วยงาน / บริษัท	<input type="checkbox"/> มากับสถาบันการศึกษา
<input type="checkbox"/> มากับมูลนิธิ / วัด	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล	<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง	<input type="checkbox"/> รถบริษัทท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> รถรับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> เรือท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> รถไฟ
<input type="checkbox"/> มอเตอร์ไซด์	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
5. ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็ครั้ง

<input type="checkbox"/> มาเป็นครั้งแรก	<input type="checkbox"/> 2 - 4 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5 - 7 ครั้ง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 7 ครั้ง
---	--------------------------------------	--------------------------------------	--
6. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแต่ละครั้งเป็นระยะเวลานานเท่าใด

<input type="checkbox"/> 1 วัน	<input type="checkbox"/> 2 - 4 วัน	<input type="checkbox"/> 5 - 7 วัน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 7 วัน
--------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--
7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งประมาณเท่าไร

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท	<input type="checkbox"/> 1,000 - 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 3,001 - 5,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5,001 - 7,000 บาท	<input type="checkbox"/> 7,001 - 9,000 บาท	<input type="checkbox"/> 9,000 บาทขึ้นไป
8. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากแหล่งใด

<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์	<input type="checkbox"/> วิทยุ / โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> นิตยสาร / วารสาร
<input type="checkbox"/> แผ่นพับ / ใบปลิว	<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> บุคคลใกล้ชิด / คนรู้จัก
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)		

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านเลือก

มิติของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม					
1.1. มีความสวยงามไม่เสื่อมโทรม					
1.2. สถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์ข้อมูลมีความสะอาด					
1.3. ทัศนียภาพโดยรวมสวยงาม					
1.4. มีป้ายที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวชัดเจน					
2. ด้านราคาสินค้าและบริการ					
2.1 ค่าที่พัก / ค่าอาหาร					
2.2 ค่าขนพาหนะ					
2.3 ค่าเข้าชมสถานที่					
2.4 ราคาสินค้าและของที่ระลึก / ของฝาก					
2.5 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ					
3. ด้านการคมนาคม					
3.1 ถนนมีความสะอาดและสะดวกต่อการสัญจร					
3.2 ป้ายบอกเส้นทางรถท่องเที่ยวชัดเจน เข้าใจง่าย					
3.3 ความสะดวกในการเดินทาง เช่น ทางรถ เรือ รถไฟ					
4. ด้านความปลอดภัย					
4.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึง					
4.2 มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ					
4.3 มีจุดแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย					

มิติของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. ด้านการบริการ					
5.1 การบริการของเจ้าหน้าที่					
5.2 การบริการด้านสุขอนามัย เช่น ห้องน้ำสะอาด					
5.3 การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
5.4 สถานที่จอดรถ					
6. ด้านของที่ระลึก					
6.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น					
6.2 ราคาผลิตภัณฑ์					
6.3 การให้บริการจากเจ้าหน้าที่					
7. ด้านบทบาทของรัฐ					
7.1 การจัดการขยะ					
7.2 การจัดการด้านสภาพภูมิทัศน์					
7.3 การบูรณะด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ					



ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม