



พฤติกรรม และส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำ

รอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา

**Behavior and Marketing Mixed of Thai Tourists towards Water Tourism
Surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island**

ศิริธีมา ภูเจริญ (Siriteema Phucharoen)¹ มนต์รี สังข์ทอง (Montri Songthong)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t (Independent-Samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) ผลของการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนา และรายได้โดยเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความสนใจท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยด้านรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน จะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย พฤติกรรม ส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวทางน้ำ

1 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
siriteema@gmail.com

2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
สุวรรณภูมิ sonktong@yahoo.com



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

Abstract

The purpose of this research was 1) Study the Behavior of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island. 2) Study marketing mixed of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island. 3) Analyze the relationship between demographic factors with behavior of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island. 4) Compare marketing mixed of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island. Questionnaire was used as a tool for collecting data of 400 sets from Thai tourists cover to the tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province by Convenience Sampling method. The statistical techniques used were Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation, T-test, One -way ANOVA and Chi-Square. The result of this research found that, 1) Gender, age, education, religion, occupation hometown and income was relation with behaviors about interest of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island showed no statistically significant difference at 0.05 level. 2) The differences of income had marketing mixed of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island showed statistically significant difference at 0.05 level. The differences of gender, age, education, religion, occupation and hometown had wants of Thai tourists towards water tourism surrounding Phra Nakhon Si Ayutthaya Island showed no statistically significant difference at 0.05.



Keywords: Thai tourists, Behavior, Marketing mixed, Water tourism



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ไทย แม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากการสงครามจากประเทศเพื่อนบ้าน และจากน้ำมือการบุกรุก ขุดค้นของพวกมิชชันนารี

จากข้อมูลสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 624,465 คน ปี พ.ศ.2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นเป็น 1,068,404 คน และในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงเหลือ 851,323 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557) แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวไทยซึ่งได้รับผลกระทบมาจากปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยอยุธยาใช้ความเป็น “เมืองมรดกโลก” เป็นจุดขายการท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย

แต่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบัน ยังไม่มีการจัดทำการท่องเที่ยวทางน้ำอย่างเป็นระบบ ยังคงมีเพียงบริการเสริมจากโรงแรม ร้านอาหาร ที่อยู่ริมแม่น้ำในการพาล่องเรือรับประทานอาหาร แต่ยังไม่มียานพาหนะเข้ามาทำให้การท่องเที่ยวทางน้ำเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ชื่นชมวิถีชีวิตผู้คนริมแม่น้ำ ชมทัศนียภาพของธรรมชาติสองฝั่ง ดังเช่นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในการล่องเรือชมทัศนียภาพอย่างตลาดน้ำอัมพวา จ.ราชบุรี เป็นต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลสารสนเทศในการวางแผนส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวทางน้ำ พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ โปรแกรมเส้นทาง กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลังไหลเข้ามาท่องเที่ยวสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 851,323 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาจากหน่วยตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 851,323 คน สามารถนำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (กัลยา วาณิชขันธ์, 2553, น.14) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close ended Question) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาโดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบหลายคำตอบซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาโดยใช้ระดับวัดข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน สรุปผลการหาค่าดัชนีค่า IOC ที่คำนวณได้ = 0.67 – 1.00 ดังนั้นคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย จำนวน 30 ชุด นำผลที่ได้วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้ง 30 ชุด ด้วยวิธีการหาผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแอลฟาของครอนบาคมีค่าแอลฟาของผู้วิจัยอยู่ระหว่าง 0.7366 – 0.9075



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยลงพื้นที่แจกแบบสอบถามตามแหล่งท่องเที่ยวบริเวณเกาะเมืองและรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดท่ากระรัง วัดพนัญเชิง วัดไชยวัฒนาราม วัดใหญ่ชัยมงคล และวัดมณฑปพิตร โดยชี้แจงแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2557 ถึงเดือนธันวาคม 2557

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามทำการลงรหัสและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive research) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ไค-สแควร์ (Chi-Square) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบว่ามิมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทดสอบด้วยวิธี LSD กรณีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ทดสอบด้วย Welch Statistic เมื่อพบว่ามิมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทดสอบด้วย Games-Howell ทั้งนี้ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.30 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.30 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.00 มีศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 97.80 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.50

2. ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 4 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 58.80 ใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 76.80 เดินทางมาด้วยครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีความสนใจล่องเรือ คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีวัดพนัญเชิงเป็นแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจ คิดเป็นร้อยละ 71.30 วันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์) เหมาะในการล่องเรือ คิดเป็นร้อยละ 70.00 ช่วงเวลา 9.00 – 18.00 น.เหมาะในการล่องเรือ คิดเป็นร้อยละ 44.50 ระยะเวลาล่องเรือไม่เกิน 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.50 ใช้เรือโดยสารไม่เกิน 20 ที่นั่ง คิดเป็นร้อยละ 72.80 จ่ายค่าล่องเรือไม่เกิน 100 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 56.50

3. ผลการวิเคราะห์ระดับส่วนประสมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อบริการด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อ



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

พิจารณาในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ให้บริการ

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับส่วนประสม การตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.59	มาก
ด้านราคา	4.05	0.57	มาก
ด้านสถานที่ให้บริการ	3.56	0.69	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.57	มาก
รวม	3.90	0.47	มาก

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยด้านรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนาแตกต่างกัน จะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	n	$\bar{X}$	SD	Levene Statistic	F	Welch
รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน							
รวมทุกด้าน	1.ไม่เกิน 10,000 บาท	118	3.85	0.46	2.40	2.53*	-
	2.10,001 - 20,000 บาท	162	3.92	0.43			
	3.20,001 - 30,000 บาท	48	3.78	0.44			
	4.30,001 - 40,000 บาท	33	4.08	0.51			
	5.40,001 บาทขึ้นไป	39	3.91	0.57			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

อภิปรายผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ ภูมิฐานะ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับความสนใจท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาพุทธ มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง ทั้งนี้เพราะจังหวัดอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ขึ้นชื่อ มีโบราณสถาน รวมไปถึงวัดวาอารามหลายแห่ง นักท่องเที่ยวจึงมีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เหมือนกันคือการไหว้พระ การท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ อีกทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มานาน ค่าใช้จ่ายโดยทั่วไปเป็นราคาปกติ การเดินทางมาง่ายสะดวก

ซึ่งไม่สอดคล้องกับ เดิมศักดิ์ สุวรรณประกาศ (2541, น.135-141 อ้างถึงใน ทศนงค์ ทองแก้ว, 2554, น. 28) และณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ (2545, น.74-75) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านอายุเป็นองค์ประกอบทางด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วิเคราะห์ ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้นก็ส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันด้วย องค์ประกอบด้านเพศ คือ ความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ก็จะมีบทบาทต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และสังคมของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทด้วย องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นตัวชี้วัดความแตกต่างทางด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ย่อมมีพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทักษะในการท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย และองค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดและเปรียบเทียบสถานะ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคม จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพ พฤติกรรม ทักษะ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยด้านรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ ภูมิฐานะแตกต่างกัน จะมีส่วนประสมการตลาดต่อการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะในสังคมปัจจุบันเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะทำอะไรก็ตาม การเดินทางท่องเที่ยวก็เช่นกันจำเป็นที่จะต้องมีการใช้จ่าย หากมีรายได้มาก ก็มีโอกาสดัดสินใจเลือกที่จะท่องเที่ยวได้มากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ กิตติมา สุรสนธิ (2541, น.15-17) กล่าวว่า รายได้และฐานะทางการเงิน มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ สารสถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน เดิมศักดิ์ สุวรรณประกาศ (2541, น.135-141) และเนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538, น.4) มีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่า องค์ประกอบด้านรายได้หรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตาม



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกลและในเวลาอันสั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว สถานที่ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ ปัจจัยเหนือกว่า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางน้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นที่ส่วนประสมทางการตลาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรอนุรักษ์แหล่งประวัติศาสตร์ และแหล่งโบราณสถาน ให้คงความสวยงามไว้ จากการวิจัยพบว่าผู้ที่มาเที่ยวต้องการมาชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงการปรับทัศนียภาพและภูมิทัศน์ ทำการพัฒนาเชิงบูรณาการแม่น้ำรอบเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ชุมชนที่พักอาศัยริมแม่น้ำให้มีความสวยงามให้มีศักยภาพพอที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน รวมถึงการจัดระเบียบร้านค้าตามแหล่งประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณสถาน เพื่อไม่ให้เกิดการบดบังความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ได้

2. ด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้คิดราคาอย่างเป็นธรรม อย่างเช่น ราคาร้านอาหารตามแหล่งประวัติศาสตร์ ราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย การเดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ รวมถึงส่วนลดในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวต่างๆ โดยส่วนมากพบว่าตามแหล่งท่องเที่ยวจะไม่คิดราคาค่าเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดี

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้มีหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงสุด อย่างการจองบัตรผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยโลกออนไลน์ และเพื่อความรวดเร็ว

4. ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากการวิจัยพบว่าควรสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว มีป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางน้ำเมื่อเริ่มเข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างชัดเจน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งประวัติศาสตร์ และแหล่งโบราณสถานอย่างครบถ้วนถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสัมภาษณ์ร่วมด้วยในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลและข้อคิดเห็นผ่านทางความรู้สึกอย่างแท้จริง



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

2. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย และนำมาเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการวิจัยศึกษาหาเส้นทาง การเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทางน้ำจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น นนทบุรี เป็นต้น เพื่อเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวแบบใหม่

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

กิตติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทัศนาก ทองแก้ว. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจตุจักรเขตจตุจักร*.

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปกรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยนเรศวร, กรุงเทพมหานคร.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธาณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประวัติอยุธยา. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.ayutthaya.org/history/>.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ.2552 – 2554*.

สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2557, จาก. <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>.