



การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา ในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ

The Tourism Image of World Heritage Historic City of Phra Nakorn Si Ayutthaya
from The View of Foreign Tourists

ศ.พ.
ม.ทร.สุวรรณภูมิ

สุขุม คงดิษฐ์
ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ

คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

2558

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากเงินกองทุนส่งเสริมงานวิจัย ซึ่งขอขอบพระคุณ คณะกรรมการพิจารณาทุนอุดหนุนงานวิจัย ที่ได้ให้คำชี้แนะแก้ไขข้อบกพร่องในการจัดทำ โครงการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ บุคลากร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณพี่ๆอาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนช่วยเหลือมาโดยตลอด

สุดท้ายผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป

สุขุม คงติษฐ์

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

ชื่อเรื่อง	ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ผู้วิจัย	สุชুম คงดิษฐ์ , ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ
หน่วยงาน	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์	สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คำสำคัญ	ภาพลักษณ์, มรดกโลก, นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยศึกษานักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงสูงสุด จำนวน 257 คน และเพศชายจำนวน 143 คน ซึ่งอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 169 คน 31-40 ปี จำนวน 124 คน และ 20-30 ปี จำนวน 53 คน มีสถานภาพ สมรส จำนวน 229 คน โสด จำนวน 165 คน และอยู่ร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน นักท่องเที่ยว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 320 คน สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวคือ พนักงานบริษัท จำนวน 200 คน เจ้าของธุรกิจ จำนวน 139 คน และนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 292 คน 47,001 – 80,000 บาท จำนวน 81 คน และ 30,001 – 47,000 บาท จำนวน 27 คน

การศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความ

สะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท่องเที่ยวที่ง่าย มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก และร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก อยู่ในระดับมาก

ศวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บริบทพื้นที่.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	20
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	25
แนวคิดการท่องเที่ยว	26
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	37
ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	37
ข้อมูลส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นคร ประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และข้อมูลความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นคร ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	40
5 บทสรุป	48
สรุปผลการวิจัย	48
อภิปรายผลการวิจัย	52
ข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก.....	59
ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักท่องเที่ยว	60
ประวัติผู้วิจัย.....	67

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 3 ของประเทศและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน เคยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่ไม่มีอำเภอเมือง มีอำเภอพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ชาวบ้านโดยทั่วไปนิยมเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า "กรุงเก่า" หรือ "เมืองกรุงเก่า"

อยุธยา เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดดเด่น องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก : UNESCO) จึงมีมติ ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 ให้ขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลก ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ ประการที่ 1 อยุธยามีความเป็นเยี่ยมในการเลือกสรรทำเลที่ตั้งเมืองในตำแหน่งที่ขุมน้ำ มีการออกแบบผังเมืองอย่างซับซ้อนเหมาะสมกับชุมชนที่อาศัยการสัญจรทางน้ำเป็นหลักอันเป็นธรรมชาติของการตั้งถิ่นฐานแบบไทยๆ ลักษณะดังกล่าวเอื้ออำนวยต่อการรักษาพระนคร การป้องกันการรุกรานของข้าศึกศัตรูและการจัดระบบสาธารณูปโภคได้อย่างเหมาะสมกับสังคมเมือง จนสามารถพัฒนาการสู่ความรุ่งเรืองในยามสงบสุข ประการที่ 2 อยุธยาเป็นแม่แบบในการสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ โดยได้ถ่ายทอดความงาม ความรุ่งเรืองของอยุธยามาไว้ในทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นระเบียบผังเมือง การจัดวางอาคาร ชื่อสถานที่ต่างๆ ลักษณะสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือน ตลอดจนวิถีชีวิต ประการที่ 3 นครประวัติศาสตร์แห่งนี้มีเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพ ด้านประวัติศาสตร์ และด้านอารยธรรม ซึ่งจะหาครโบราณใดเทียบได้ในเอเชียหรือในโลกเป็นไม่มี ประการที่ 4 อาคารโบราณสถานแต่ละหลังในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีลักษณะและการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นในภาคพื้นเอเชีย ลักษณะของสิ่งก่อสร้างหลายอย่างเช่น เจดีย์ ปราสาท และปราสาท มีความเป็นพิเศษไม่สามารถพบเห็นในที่อื่นๆ แม้สิ่งก่อสร้างเหล่านี้จะมีกำเนิดมาก่อนที่กรุงศรีอยุธยาจะเรืองอำนาจ แต่ได้แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องและวิวัฒนาการด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรมมาสู่ลักษณะที่เป็นแบบไทยแท้ และไม่สามารถสร้างทดแทนได้ในปัจจุบัน

การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นทุกๆปี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นที่มากกว่าชาวไทย การที่อัตราการการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเติบโตเพิ่มขึ้นมีผลมาจาก การจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี อาทิ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมโบราณสถานด้วยรถจักรไอน้ำในเส้นทางกรุงเทพ-อยุธยา การล่องเรือเที่ยวอยุธยา ฯลฯ โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาใช้ความเป็น “เมืองมรดกโลก” เป็นจุดขายการท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

จากการที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดคำถามว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไร และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไร จึงได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อตรวจสอบข้อมูลในปัจจุบันที่สะท้อนภาพความเข้าใจ ความเชื่อ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีองค์ประกอบ 8 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้านประสบการณ์
2. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ
3. องค์ประกอบด้านราคา
4. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม
5. องค์ประกอบด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย
6. องค์ประกอบด้านการเรียนรู้
7. องค์ประกอบด้านสังคม
8. องค์ประกอบด้านชื่อเสียง

2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีองค์ประกอบ 8 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้านประสบการณ์
2. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ
3. องค์ประกอบด้านราคา
4. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม
5. องค์ประกอบด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย
6. องค์ประกอบด้านการเรียนรู้
7. องค์ประกอบด้านสังคม
8. องค์ประกอบด้านชื่อเสียง

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตด้านเวลา

เก็บข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม 2557 ถึง กันยายน 2558

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็น มุมมอง หรือความประทับใจของบุคคลต่อประสบการณ์ สิ่งดึงดูดใจ ราคา สภาพแวดล้อม การพักผ่อนและผ่อนคลาย ความน่าตื่นเต้นผจญภัย การเรียนรู้ สังคม และชื่อเสียง ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งสามารถสื่อสารและตอบแบบสอบถามเป็นภาษาอังกฤษได้

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

ประโยชน์ด้านวิชาการ

1. ทราบภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. ทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา
3. สามารถนำผลงานวิจัยไปนำเสนอในที่ประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ
4. สามารถนำผลงานวิจัยไปเผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ
5. นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปจัดประชุมสัมมนาในระดับท้องถิ่น

ประโยชน์ด้าน นโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถนำผลจากการศึกษาไปกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวในเขตนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้ต่อไป

ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

1. สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. นำไปสู่การสร้างกลุ่มอาชีพและการจ้างงานในพื้นที่ได้ต่อไป

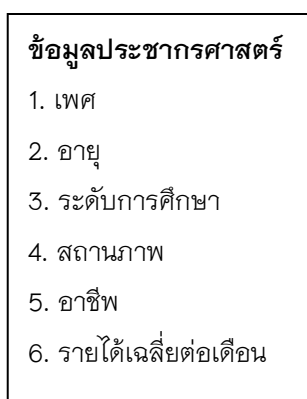
ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชน

1. ชุมชนในเขต มรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา เกิดการตื่นตัวและกระตุ้นให้ชาวบ้านเกิดความร่วมมือกันในการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฝันของนักท่องเที่ยวต่อไป

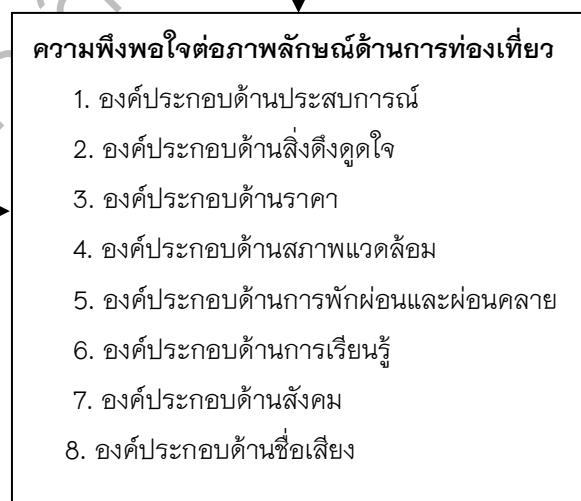
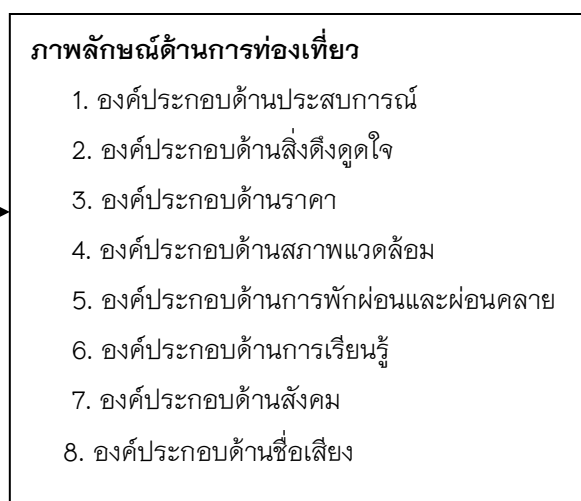
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพ. มรดก

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. บริบทพื้นที่
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดการท่องเที่ยว
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเชิงบริบทเกี่ยวกับจังหวัด และนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ภูมิประเทศ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางถนนสายเอเชีย ประมาณ 75 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 72 กิโลเมตร และทางเรือประมาณ 137 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,597,900 ไร่ นับว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 11 ของจังหวัดในภาคกลาง ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา ไม่มีภูเขา ไม่มีป่าไม้ มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำน้อย รวมความยาวประมาณ 200 กิโลเมตร มีลำคลองใหญ่น้อยประมาณ 1,254 คลอง เชื่อมต่อกับแม่น้ำเกือบทั่วบริเวณพื้นที่

อาณาเขต

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดอ่างทอง และ จังหวัดลพบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

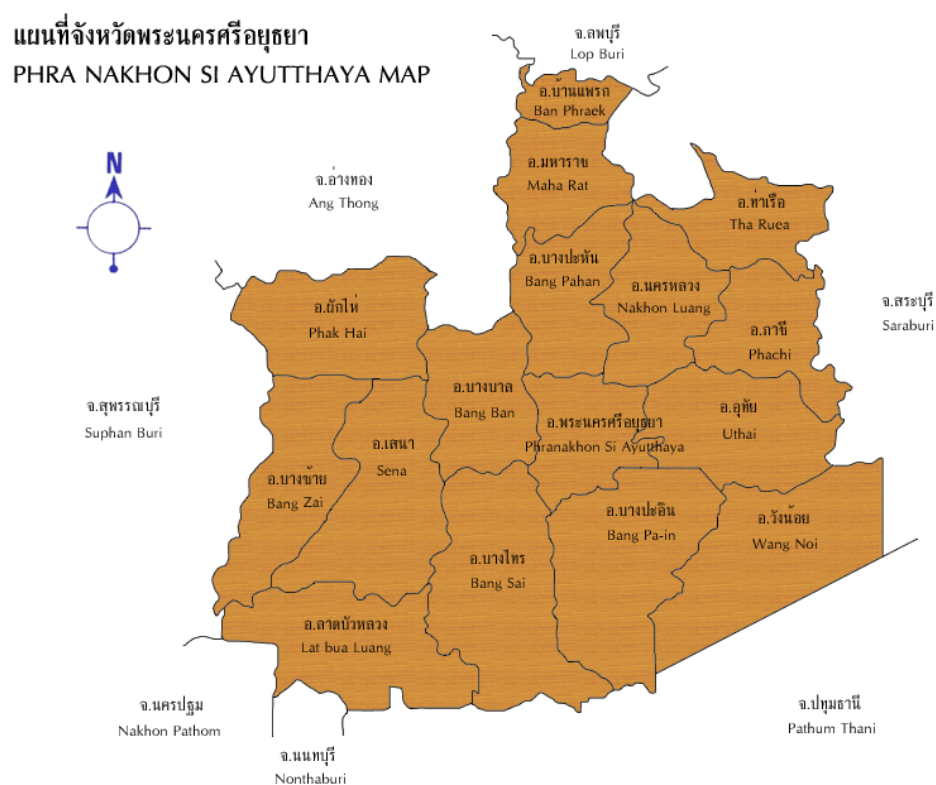
ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 1 แผนที่ตั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วยอำเภอทั้งสิ้นจำนวน 16 อำเภอได้แก่
 อ.พระนครศรีอยุธยา อ.ท่าเรือ อ.นครหลวง อ.บางไทร อ.บางบาล อ.บางปะอิน อ.บางปะหัน
 อ.ผักไห่ อ.ภาชี อ.ลาดบัวหลวง อ.วังน้อย อ.เสนา อ.บางซ้าย อ.อุทัย อ.มหาราช และอ.
 บ้านแพรก



ภาพที่ 2 แผนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ดวงตราประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ 3 ดวงตราประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำขวัญประจำจังหวัด

ราชธานีเก่า อู่ข้าวอู่น้ำ เลิศล้ำกานท์กวี คนดีศรีอยุธยา

ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

ศาสนา : ประชากรที่นับถือศาสนาพุทธ ประมาณร้อยละ 83.21 ศาสนาอิสลาม ประมาณร้อยละ 15 และศาสนาคริสต์ ประมาณร้อยละ 1.79 มีศาสนสถานในจังหวัดทั้งสิ้น 1,682 แห่ง แยกเป็นวัด 1,520 วัด ที่พักสงฆ์ 5 แห่ง มัสยิด 60 แห่ง และโบสถ์คริสต์ 11 แห่ง ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ 86 แห่ง มีพระภิกษุจำนวน 5,128 รูป สามเณร 349 รูป

ศิลปะ : มีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร หอศิลป์อโยธยา และหอศิลป์แห่งชาติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัฒนธรรม : เป็นที่ตั้งของโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน 17 แห่ง อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 1 แห่ง ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 1 แห่ง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 2 แห่ง และพิพิธภัณฑ์บ้านแพรก ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำลพบุรี 1 แห่ง ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอ 4 แห่ง สภาวัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง สภาวัฒนธรรมอำเภอ 16 แห่ง สภาวัฒนธรรมตำบล 206 แห่ง และศูนย์วัฒนธรรมในสถานศึกษา 22 แห่ง

การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยัง คงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. บริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบ เขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่พระราชวังหลวงหรือ พระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร บ่อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น เป็นต้น
2. บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
3. บริเวณอำเภอนครหลวง อำเภอท่าเรือ เช่น ปราสาทนครหลวง วัดสะตือที่มีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (นอน) ที่ยาวที่สุด และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น มีดอรัญญิก เป็นต้น
4. สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ บริหารโดยเอกชน ได้แก่ ปางช้างแลเพนียด พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
5. ตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อได้แก่ ตลาดน้ำวัดคลองสระบัว ตลาดน้ำวัดท่ากาเรือ และตลาดน้ำอโยธยา ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา
6. การท่องเที่ยวแบบ Night Tour ล่องเรือชมแสงสว่างยามค่ำคืนกับบรรยากาศริมสายน้ำเจ้าพระยา รอบเกาะเมือง ผ่านสถานที่สำคัญ วัด โบราณสถาน ที่ประดับไฟไว้อย่างงดงาม และชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านริมน้ำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

อำเภอพระนครศรีอยุธยา

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยอำเภอพระนครศรีอยุธยามีภูมิปัญญา **ด้านหัตถกรรม (ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** โดดเด่นเป็นพิเศษกว่าด้านอื่นๆ มีการทำ ศิลปะประดิษฐ์ เช่น ปลาตะเพียน เรือจำลอง มีการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากต้นโสน ภูมิปัญญาที่มีระดับศักยภาพปานกลางมี 4 ภูมิปัญญา คือ ภูมิปัญญา **ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่เค็ม น้ำพริก ภูมิปัญญา **ด้านการบริหารจัดการ การจัดการองค์การชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีการรวมกลุ่มสตรีมีแม่บ้านและกลุ่มเกษตรกร เพื่อแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจของชุมชน ส่งเสริมการประกอบอาชีพให้ชุมชนมีรายได้ นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งองค์การเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาอาชีพของชุมชนและได้ จัดตั้งศูนย์รวมจำหน่ายสินค้าชุมชนเพื่อชุมชนเป็นฐานให้เกิดความเข้มแข็งและมีศักยภาพที่สูงขึ้นต่อไปในอนาคต ภูมิปัญญา **ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม** มีการบูรณะ พิธีกรรมพื้นฟูศิลปะตะวันตกโบราณ โบราณวัตถุไว้ให้ลูกหลานสืบต่อไป เช่น วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิง และภูมิปัญญา **ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ- สิ่งแวดล้อม** มีการฟื้นฟูและพัฒนาวัดต่างๆ ในจังหวัดเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ งานปั้น เรือจำลอง จากตำบลประตูชัย ดอกไม้ประดิษฐ์ กลุ่มไม้แกะสลักตกแต่งตู้โบราณจำลอง จากตำบลคลองสวนพลู หัตถกรรมตุ๊กตาจิว จากตำบลกะมัง

อำเภอท่าเรือ

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยอำเภอท่าเรือ มีภูมิปัญญาที่โดดเด่นอยู่ เพียง 4 ด้าน คือ ภูมิปัญญา **ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** ซึ่งถือว่า อยู่ระดับปานกลางเท่านั้น โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด เช่น การทำศิลปประดิษฐ์ เป็นต้น ภูมิปัญญา **ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** เช่น เผือกหอม ผักปลอดสารพิษ ภูมิปัญญา **ด้านการบริหารจัดการองค์การ ชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือซึ่งกัน และกันในระหว่างสมาชิกในชุมชน เป็นการส่งเสริมสมาชิกในด้านการประกอบอาชีพ มี วัตถุประสงค์เพื่อต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มสตรีที่มีรายได้น้อย และภูมิปัญญา **ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ- สิ่งแวดล้อม** ซึ่งมีศักยภาพในระดับปานกลาง **สิ่งที่เป็น ผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ จากกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลท่า หลวง

อำเภอนครหลวง

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอ นครหลวง สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาระดับปานกลางมีภูมิปัญญาที่โดดเด่นด้าน **หัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** มีผลิตภัณฑ์ เช่น มีดอรัญญิกจากเหล็กกล้า เป็นต้น ส่วนภูมิปัญญา **ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีการรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมสมาชิกในด้านการประกอบอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และภูมิปัญญา **ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม** เช่น ปρασาท นครหลวง เป็นต้น **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ผลิตภัณฑ์จากเหล็กกล้า มีดอรัญญิก จากสมง. พช อำเภอ นครหลวง

อำเภอบางช้าง

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอ บางช้าง มีภูมิปัญญาที่มีระดับศักยภาพปานกลางอยู่ 5 ด้านเท่านั้น คือ ภูมิปัญญา **ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** โดยมีการปลูกผักลอยน้ำ เช่น ผักบุ้งผักกระเฉด และรวมตัวกันทดลอง เพาะเห็ดฟาง ภูมิปัญญา **ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีกลุ่มพัฒนาอาชีพเสริมบ้านคลองตันเพื่อแก้ปัญหารายได้จากการเพาะเห็ดนางฟ้านอกจากนั้นกลุ่มยังได้ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ และกิจกรรมการเพาะเห็ด ภูมิปัญญา **ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** เช่น เรือจำลอง ภูมิปัญญา **ด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณี วรรณกรรม** มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมทางศาสนาต่างๆ และภูมิปัญญา **ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อม** ที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ การปลูกผักลอยน้ำ เช่น ผักบุ้งผักกระเฉด และเห็ดนางฟ้า จากตำบลบางช้าง

อำเภอบางไทร

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอ บางไทร มีภูมิปัญญา **ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** โดดเด่นค่อนข้างสูงกว่าด้านอื่นๆ มีศิลปประดิษฐ์ เช่น การจักสานผักตบชวา ดอกไม้ประดิษฐ์ และผลิตภัณฑ์จากแก้วเป่า และภูมิปัญญา **ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** มีความโดดเด่นปานกลางมีผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เช่น รังนก เป็นต้น ภูมิปัญญา **ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มออมทรัพย์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถที่จะช่วยเหลือตนเองได้ให้ชุมชนมีงานทำและเกิดรายได้ภูมิปัญญา **ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีวรรณกรรม** มีการทำกิจกรรมทางศาสนา และภูมิปัญญา **ด้าน**

อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อม เป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวากรองที่ชู้ ตะกร้าจากบ้านช้างน้อย อำเภอบางไทร ดอกไม้ประดิษฐ์ จากตำบลสนามชัย ผลิตภัณฑ์จากแก้วเป่า ตำบลบางพลี รังนกเพื่อสุขภาพ จากตำบลโคกช้าง

อำเภอบางบาล

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอ บางบาล มีภูมิปัญญา**ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** ที่โดดเด่นกว่าด้านอื่นๆ มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น กุ้งอบ กุ้งตาก มะละกอสามรส อาหารเสริมข้าวยาคุ เป็นต้น ภูมิปัญญาไทยที่มีสถานภาพและศักยภาพระดับปานกลางคือ ภูมิปัญญา**ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีการรวมกลุ่มชุมชนเพื่อการแปรรูปอาหารและภูมิปัญญา**ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม** มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา**ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** เช่น ฐูป อีฐมอญ เป็นต้น และภูมิปัญญา**ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม** มีกิจกรรมการดูแลรักษาป่าชุมชน **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ กุ้งตาก กุ้งอบ มะละกอสามรส บูรณาการโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไทรน้อย จากตำบลไทรน้อย

อำเภอบางปะหัน

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอ บางปะหันมีภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษคือ ภูมิปัญญา**ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** มีผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าเอนกประสงค์ ผลิตภัณฑ์การแกะสลัก ผลิตภัณฑ์ฐูป อีฐ ผลิตภัณฑ์จักสาน (งอบ) และบ้านทรงไทย ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง ทั้งภายในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง ส่วนภูมิปัญญา**ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป** มีมันเทศและผลิตภัณฑ์ ไข่เค็ม เป็นต้น ภูมิปัญญา**ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม** มีการอนุรักษ์ประเพณีประจำท้องถิ่น และภูมิปัญญา**ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อม** มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดมากมาย ซึ่งมีศักยภาพในระดับปานกลาง **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ผลิตภัณฑ์จักสาน เช่น งอบ จากตำบลบางปะหัน ตำบลบางเต็ และตำบลขวัญเมืองผลิตภัณฑ์แกะสลัก จากตำบลพทุเลา ผ้าเอนกประสงค์ จากตำบลบ้านขล้อย บ้านทรงไทยจากตำบลโพธิ์สามต้น ตำบลขวัญเมือง และตำบลขยาย

อำเภอบางปะอิน

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทย อำเภอบางปะอินมีภูมิปัญญา**ด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป**โดดเด่นเป็นพิเศษโดยมีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและการแปรรูปอาหาร เช่น ขนมกง ไข่เค็ม ข้าวเกรียบ พักทอง ปลาร้า ปลาเค็ม ขนมเค้ก ขนมปัง และมีภูมิปัญญา**ด้านแพทย์แผนไทย ด้านสมุนไพร**โดดเด่นรองลงมา มีการแปรรูปสมุนไพร เช่น การทำแชมพู-ครีมนวดจากดอกอัญชัญ ภูมิปัญญาที่มีศักยภาพระดับปานกลาง คือ ภูมิปัญญา**ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** โดยมีการรวมกลุ่มกันของประชาชนเพื่อหารือในการนำงบประมาณมาใช้ในการแปรรูปอาหารของชุมชน บ้านหัวเมฆ เป็นต้น ภูมิปัญญา**ด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณี วรรณกรรม** มีการดำเนินกิจกรรมทางศาสนา และภูมิปัญญา**ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม**มีการฟื้นฟูบูรณะพระราชวัง เช่น พระราชวังบางปะอิน เป็นต้น **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ผลิตภัณฑ์น้ำมันข้าว เช่น คุณก้น้ำมันข้าว ถั่วตัดเนยสดน้ำมันข้าว ฯลฯ จากตำบลตะลิ่งชัน ขนมกง ข้าวเกรียบพักทอง ไข่เค็ม น้ำพริก ข้าวหมาก จากกลุ่มแม่บ้านเกาะเกร็ด สนง. อำเภอบางปะอิน ปลาร้า ปลาเค็มแดดเดียว ขนมเค้ก ขนมปัง จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรคู้งลาน สนง.เกษตรอำเภอบางปะอิน

อำเภอบ้านแพรก

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยในอำเภอบ้านแพรก มีศักยภาพของภูมิปัญญาอยู่ในระดับปานกลาง 5 ด้านคือ ภูมิปัญญา**ด้านเกษตรกรรมโภชนาการ อาหารแปรรูป** มีการแปรรูปอาหาร เช่น กุ้งยหอมอบน้ำผึ้ง ภูมิปัญญา**ด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ)** การทำผลิตภัณฑ์ต้นไม้ประดิษฐ์จากพลอย การจักสานไม้ไผ่ เช่น ตะกร้าไวน์ พัดสาน ส่วนด้านสุดท้ายคือ ภูมิปัญญา**ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน** มีการรวมกลุ่มในการส่งเสริมอาชีพ การศึกษา สุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อม การทำแผนแม่แบบชุมชนนำร่องการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน ภูมิปัญญา**ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม** และภูมิปัญญา**ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม**ที่มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านและสิ่งแวดล้อมที่สวยงามให้คงไว้ **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ผลิตภัณฑ์ จากพลอย ของกลุ่มเจียรไนพลอย ตำบลพระเนียง จักสานจากไม้ไผ่ (ตะกร้าไวน์ พัดสาน) จากกลุ่มสตรีจัดสานบ้านแพรก ตำบลบ้านแพรก

อำเภอผักไห่

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยอำเภอผักไห่ มีภูมิปัญญาที่โดดเด่นด้านอื่น คือ ภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป มีการทำเต้าเจี้ยว น้ำปลาแท้ ปลาร้ากระป๋อง และภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ) มีการทำศิลปะประดิษฐ์ เช่น ดอกกุหลาบ ดอกบัว และภูมิปัญญาที่โดดเด่นรองลงมา 3 ด้านคือ ภูมิปัญญา ด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชนสวัสดิการชุมชน เช่น กลุ่มเกษตรทำนาลาดน้ำเค็ม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพเกษตรกรไม่ให้ออกจากพ่อค้าคนกลาง ภูมิปัญญาด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม และภูมิปัญญาด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีศักยภาพของภูมิปัญญาในระดับปานกลาง **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ เต้าเจี้ยว น้ำปลา ปลาร้า จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลาดน้ำเค็มสามัคคี สนง.เกษตรอำเภอผักไห่ กั้วยอบแผ่น จากกลุ่มสตรีวิเชียรบุรี บ้านลาดไถ

อำเภอเสนา

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยอำเภอเสนา มีภูมิปัญญาที่โดดเด่นเป็นพิเศษในภูมิปัญญาด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม คือมีการสืบสานวัฒนธรรมในด้านต่างๆ และมีคนตีศรีสังข์คม มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรม และภูมิปัญญาด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เป็นอำเภอเดียวของจังหวัดในขณะนี้ที่มีภูมิปัญญาด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาโดดเด่นปานกลาง คือ ภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม โภชนาการ อาหารแปรรูป มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ) ซึ่งมีการเจียระไนพลอย และการสร้างบ้านไม้เรือนไทย เป็นต้น และภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชนสวัสดิการชุมชนได้จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กลุ่มเกษตรเสนา เพื่อรวมกลุ่มกันในการแปรรูปอาหาร **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ การเจียระไนพลอย จากกลุ่มเจียระไนพลอย การสร้างบ้านเรือนไทย จากกลุ่มสร้างบ้าน ไม้เรือนไทย จากตำบลสามกอก

อำเภออุทัย

สถานภาพและศักยภาพของภูมิปัญญาไทยอำเภออุทัยมีภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการองค์กรชุมชน สวัสดิการชุมชน ที่มีความโดดเด่นสูงกว่าด้านอื่นโดยมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์และกองทุนหมู่บ้าน เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบอาชีพในชุมชนเพื่อสร้างรายได้และรู้จักการออม ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม (ผ้า ผ้าไหม เครื่องใช้ จักสาน ฯลฯ) มี

ผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าไหม แจกกัน กระโถน ครกหินและผลิตภัณฑ์หินกลิ้ง ซึ่งมีระดับศักยภาพค่อนข้างสูง มีภูมิปัญญาด้านอยู่ที่ระดับปานกลางคือ ภูมิปัญญา**ด้านเกษตรกรรม โภชนาการอาหารแปรรูป** เช่นส้มเขียวหวาน ซึ่งปลูกกันทุกหมู่บ้านในตำบลโพสาวหาญ และไข่เค็ม ภูมิปัญญา **ด้านแพทย์แผนไทยด้านสมุนไพร**มีการแปรรูปสมุนไพร และน้ำมันนวดแก้ปวดเมื่อย ภูมิปัญญา**ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วรรณกรรม** มีการอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้าน เช่น มีการจัดตั้งกลุ่มกลองยาวและวงดนตรีลูกทุ่งเด็ก และภูมิปัญญา**ด้านอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อม** มีการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Home Stay) **สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา** คือ ส้มเขียวหวาน จากตำบลโพสาวหาญ ไข่เค็ม จากตำบลบ้านหีบ ผ้าไหม จากตำบลบ้านช้าง แจกกัน กระโถน ครกหิน และผลิตภัณฑ์หินกลิ้ง จากตำบลบ้านหีบ

แผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (พ.ศ.2554 – 2556)

ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิสัยทัศน์

“พระนครศรีอยุธยาเป็นนครแห่งการท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรม แหล่งอาหารที่มีคุณภาพ เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนและอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสะอาด เมืองน่าอยู่ ประชาชนอยู่ดีมีสุขอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. นำภารกิจของรัฐและนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์
2. ดูแลให้มีการปฏิบัติและบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและเป็นธรรมในสังคม
3. จัดให้มีการคุ้มครอง ป้องกัน ส่งเสริมและช่วยเหลือประชาชนและชุมชนที่ด้อยโอกาส เพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง
4. จัดให้มีการบริการภาครัฐเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสมอหน้า รวดเร็ว และมีคุณภาพ
5. จัดให้มีการส่งเสริม อุดหนุน และสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้สามารถดำเนินการตามอำนาจและหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และให้มีขีดความสามารถพร้อมที่จะดำเนินการตามภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนจากกระทรวง/ทบวง/กรม
6. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะรัฐมนตรี กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นของรัฐมอบหมาย หรือที่มีกฎหมายกำหนด

เป้าประสงค์รวม

1. อนุรักษ์มรดกโลกทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจใหม่
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในระดับสากล
3. พัฒนาคนให้เก่ง ดี และมีความสุข

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. เพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวจากการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม
2. พัฒนาสินค้าเกษตร และอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัยและแข่งขันได้
3. ส่งเสริมพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน และอุตสาหกรรม
4. พัฒนาให้เป็นเมืองที่ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข
5. พัฒนาวัฒนธรรมองค์กรการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับการพิจารณาเป็นมรดกโลกเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ในนามนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีประวัติความเป็นมา เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ขึ้นเป็นราชธานี ได้มีการรื้ออิฐจากสถาปัตยกรรมในกรุงศรีอยุธยาเพื่อไปก่อสร้างกรุงเทพมหานคร ทำให้โบราณสถานต่าง ๆ ถูกทำลายและทิ้งร้างไป^[1] ครั้นถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้อนุรักษ์และฟื้นฟูโบราณสถานในกรุงศรีอยุธยาขึ้นอีกครั้ง

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้พระยาโบราณราชธานินทร์ ข้าหลวงมณฑลกรุงเก่าทำการขุดแต่งโบราณสถาน และปรับปรุงสภาพในพระราชวังโบราณ เมื่อปี พ.ศ. 2478 กรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานหลายแห่งในเกาะรอบเมืองพระนครศรีอยุธยาเป็นโบราณสถานสำคัญของชาติ รวม 69 แห่ง ต่อมาในสมัยของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงได้เริ่มโครงการบูรณะพระที่นั่ง และวัดต่างๆ โดยมีกรมศิลปากรเป็นผู้ดูแล ปี พ.ศ. 2512 ได้มีโครงการซื้อ โครงการสำรวจขุดแต่งและบูรณะปรับปรุงโบราณสถาน โดยมีความพยายามที่จะประสานงานร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในอันที่จะอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้

ในที่สุด พ.ศ. 2519 ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างของงานขึ้นใหม่ แล้วจัดทำโครงการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาขึ้น และเริ่มทำการบูรณะปรับปรุงโบราณสถานเป็นต้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2520 และในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 ปี พ.ศ. 2534 ณ เมืองคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พร้อมด้วยเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร(อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร) และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

ขอบเขตของอุทยานประวัติศาสตร์

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีขอบเขตพื้นที่ตามประกาศกรมศิลปากรเรื่อง กำหนดเขตที่ดินโบราณสถาน รวมพื้นที่ทั้งสิ้นราว 3,000 ไร่ โดยได้มีการกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 รวมพื้นที่ประมาณ 1,810 ไร่ โดยในเขตที่ดินโบราณสถานดังกล่าว มีโบราณสถานที่สำคัญ ดังนี้

1. พระราชวังโบราณ
2. วัดพระศรีสรรเพชญ์
3. วัดมหาธาตุ
4. วัดราชบูรณะ
5. วัดพระราม
6. วิหารพระมงคลบพิตร

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2540 กรมศิลปากรได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาเพิ่มเติม ซึ่งครอบคลุมเกาะเมืองอยุธยาและพื้นที่รอบนอกเกาะเมืองทุกด้านที่ปรากฏหลักฐานด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำการอนุรักษ์และพัฒนาให้เหมาะสมกับการที่นครประวัติศาสตร์ ศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับยกย่องให้เป็นมรดกโลก ซึ่งในเขตที่ดินเพิ่มเติมนี้ มีโบราณสถานที่สำคัญ อาทิ

1. พระราชวังจันทร์เกษม
2. วัดสุพรรณดารารามราชวรวิหาร
3. วัดโลกยสุธาราม
4. วัดธรรมิกราช
5. วัดเสนาสนารามราชวรวิหาร
6. วัดสวนหลวงสบสวรรค์
7. กำแพงและป้อมปราการกรุงเก่า

8. วัดไชยวัฒนาราม
9. วัดพุทธโศภนาราม
10. วัดหน้าพระเมรุ
11. วัดใหญ่ชัยมงคล
12. วัดกษัตราธิราชวรวิหาร
13. วัดพนัญเชิง
14. วัดกุฎีดาว
15. วัดดุสิตาราม
16. วัดภูเขาทอง
17. วัดพระยาแมน
18. หมู่บ้านโปรตุเกส
19. หมู่บ้านฮอลันดา
20. หมู่บ้านญี่ปุ่น
21. เพนียดคล้องช้าง
22. โบสถ์นักบุญยอแซฟ เป็นต้น

ทั้งนี้ เขตที่ดินโบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก คือเขตที่ดินในส่วนก่อนมีประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยา เพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2540 เท่านั้น เนื่องจากไม่ได้มีการเสนอขยายเขตที่ดินตามประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณเพิ่มเติม ให้เป็นมรดกโลก

เหตุผลที่ได้รับคัดเลือกเป็นมรดกโลก

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกภายใต้ชื่อ "นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร" ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 เมื่อปี พ.ศ. 2534 ที่เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย ด้วยข้อกำหนดและหลักเกณฑ์พิจารณาให้เป็นมรดกโลก ดังนี้

- เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน หรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

1.1 ความหมายของภาพลักษณ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 คำว่า ภาพลักษณ์ (อ่านว่า พาบ-ลัก) ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า image แปลตามศัพท์ว่า ลักษณะของภาพที่เห็น ส่วนใหญ่ใช้ในความหมายว่า ภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน ตามที่สาธารณชนมองเห็น เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนที่เห็น มักเกิดจากลักษณะ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2549) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์เป็นเสมือนสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่างๆ และมักจะเป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นเองโดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย อาทิ ประสิทธิภาพ การค้นคว้าหาความรู้ การหลอมรวมและสร้างสรรค์ คิด วิเคราะห์สิ่งต่างๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งต่างๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม โดยผ่านการคิดและกลั่นกรองของแต่ละคนมาแล้ว จึงทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีลักษณะที่เกี่ยวข้อกับจิตใจโดยตรง เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง

Kenneth E. Boulding (1975) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเองเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

จากการได้ศึกษาความหมายของภาพลักษณ์ สรุปว่าภาพลักษณ์ เป็นกระบวนการทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการรับรู้และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในใจสร้างการจดจำและความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่ลบเลือนไปได้ยาก

1.2 ประเภทของภาพลักษณ์

พจน ใจชาญสุขกิจ (2549) ได้กล่าวถึงประเภทของภาพลักษณ์ว่าสามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภทสำคัญ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากภาพใหญ่ของสังคม เป็นความหลากหลายของสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อ การศึกษา พื้นฐานที่มาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการที่มีความรู้ และมีประสบการณ์แตกต่างกันไปด้วย รวมทั้งอาจมองในเรื่องเดียวกันในมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบัน ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้น หน้าที่ที่ต้องกระทำคือ การรู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบัน เพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม และ สํารวจตรวจสอบ ทบทวนเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิมกับภาพลักษณ์ปัจจุบันให้สอดคล้องกับความ เป็นจริงในปัจจุบัน และ คงภาพลักษณ์เดิมที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมา

3. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล โดยนาภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทางานที่อยู่บนพื้นฐานของคุณภาพ ซึ่งเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าหมายให้กับตนเอง/องค์กร

4. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image)

ในตัวสินค้า/บริการล้วนแล้วแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเองไม่ต่างกับบุคคลหรือองค์กร เพียงแต่มี ลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้ จับต้องได้ และเป็นรูปธรรมมากกว่า จนเป็นเอกลักษณ์ของ องค์กรนั้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์/บริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณชน

5. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)

เป็นส่วนหนึ่งที่นำเสนอควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้า/บริการ โดยเฉพาะการสร้างเป็น เอกลักษณ์ให้จดจำได้ว่าสินนี้ ยี่ห้อนี้ การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือวลีแบบนี้เป็นของสินค้า/บริการ ประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม เป็นต้น

6. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งๆ ที่ดูภาพรวมหรือภาพกว้างขององค์กร และ ได้รวมเอาภาพลักษณ์ต่างๆ ช่างต้นเข้ามาไว้ในภาพลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้า/บริการ ตราสินค้า ความแตกต่างหลากหลาย การบริหารจัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่งๆ ออกมา

ประเภทของภาพลักษณ์ทั้ง 6 ประการนี้ เป็นการมองจากมุมมองของสังคม นับตั้งแต่ระดับบุคคล และ องค์กรที่รวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าภาพลักษณ์ไม่ได้เกิดขึ้นแต่เพียงระดับการทำงานขององค์กรเท่านั้น แต่บุคคล หรือ สินค้า/บริการก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้เช่นกัน

1.3 การประเมินภาพลักษณ์

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2550 : ออนไลน์) ได้กล่าวถึง การประเมินภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดว่าเป็นที่ถกเถียงกันทั้งในวงวิชาการและในทางปฏิบัติอยู่เสมอว่าจะทำการประเมินภาพลักษณ์อย่างไรให้เกิดความแม่นยำ เทียบตรง และ เชื่อถือได้สูงสุด รวมไปถึงการประเมินว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสายตาของกลุ่มเป้าหมายนั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กำหนดไว้แต่เดิมหรือไม่ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและวิธีการประเมินที่ชัดเจนและเหมาะสม ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ดัชนีชี้วัด และ เกณฑ์วัดระดับของการประเมินให้ชัดเจนจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายของการประเมิน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของการประเมินในแต่ละครั้ง โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น: กลุ่มประชาชนที่มีที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นเดียวกับหน่วยงาน/องค์กรที่ตั้งอยู่
- กลุ่มประชาชนทั่วไป: กลุ่มประชาชนที่นอกเหนือจากข้อข้างต้นแต่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงาน/องค์กรในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image)

แนวคิดและค่านิยมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดอ่านและมุมมองที่บุคคลมีต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว สร้างขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความรู้สึก ความเข้าใจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่มีต่อโลกและสิ่งรอบตัว ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความรู้สึก และ ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

(Destination Image) มีความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะภาพลักษณ์เป็นจุดขายหลัก ซึ่งมักนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ (ตติยาพร จารุมณีรัตน์, 2548)

อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของนิยามภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง อย่างเช่น

Echtner and Ritchie (อ้างถึงในตติยาพร จารุมณีรัตน์, 2548) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นความรู้สึกและความประทับใจของผู้มาเยือนที่มีต่อสถานที่นั้นๆ

Philip Kotler (อ้างถึงในวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551) กล่าวว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความเชื่อและความประทับใจของบุคคลต่อสถานที่ในเชิงภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม ความมีชื่อเสียงของบุคคลและปูชนียสถาน ตลอดจนแหล่งที่มาแห่งความบันเทิงเรีงรมย์ ความผ่อนคลาย สมรรถนะในการบำบัดให้เกิดความผ่อนคลายและรักษาทางกายและจิตใจ

นอกจากนี้ Cooper & Fletcher (1993) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination image) มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2 ประการ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และ 2) ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างความพึงพอใจและการประเมินผลหลังการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความมุ่งมั่นที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง หรือ/และ การบอกต่อ

3. ความสำคัญของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนในท้องถิ่นมีต่อแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจหรือไม่ต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง เพราะฉะนั้น หากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงไม่ตรงกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นๆก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ง และนักท่องเที่ยวก็จะให้ข้อมูลดังกล่าวแก่ผู้อื่น เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบกับสถานที่ท่องเที่ยวอันนั้นๆ (ตติยาพร จารุมณีรัตน์, 2548)

ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และ กำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้ตัดสินใจมาเที่ยวแล้ว รวมทั้งมีบทบาทในการวางแผนทางยุทธศาสตร์ทางด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ในด้านการวางแผนการตลาดและการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อสถานที่นั้นอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการศึกษาถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้ทราบถึงจุดเด่น-จุดด้อยของแหล่งเที่ยวนั้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น (Heath – Wall, 1992 อ้างถึงในจากตติยาพร จารุมณีรัตน์, 2548)

4. ปัจจัยที่ใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้านดังนี้ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2551)

1. ด้านประสบการณ์ หมายถึง การศึกษาถึงความเป็นมาตรฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม และ โรงแรมที่พักเหมาะสม
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง การศึกษาถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาล ศิลปะ การช่าง สิ่งปลูกสร้าง และ ธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ
3. ด้านราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง การศึกษาถึงราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน อากาศและสภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล และสามารถเดินเที่ยวชมธรรมชาติได้
4. ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่ไม่อึดอัดวุ่นวาย เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายให้กับชีวิต และสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี
5. ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถค้นพบ และ ทาลิ่งตื่นเต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ เช่น การเดินป่า แคมป์ปิ้ง ไต่เขา เป็นต้น

6. ด้านการเรียนรู้ หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถเรียนรู้และค้นพบวัฒนธรรม และวิถีชีวิตใหม่ๆ หรือ เกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว และ การได้รับประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทางมาท่องเที่ยว

7. ด้านสังคม หมายถึง การศึกษาถึงประชากรในแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน การมีน้ำใจ อภัยภัยไมตรีที่ดี และ การมีปฏิสัมพันธ์ ความสามัคคีกัน

8. ด้านชื่อเสียง หมายถึง การศึกษาถึงการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นรับฟัง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สุภาวดี ชาวผ้าขาว (2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นไปได้ในทางที่ดีและไม่ดี หรือในด้านบวกและในด้านลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ ก็ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น

ปวีรดา ลิทธิสาร (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ ความพึงพอใจได้รับการตอบสนองโดยความรู้ทางบวกมากกว่าทางลบ มีความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายและตามความพึงพอใจ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้มารับบริการจึงเป็นหัวใจของธุรกิจที่ให้บริการ การสร้างมาตรฐานในการให้บริการ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี รู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีแรงจูงใจที่จะมาใช้บริการอีก นอกจากนี้ยังแบ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น

นฤมล บัวจันทร์ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจ จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น และประสบการณ์นั้น เป็นไปตามความคาดหวังเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

สายัณห์ เทียนวิมลชัย (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกพอใจหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของคนอันเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม เมื่อบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ซึ่งสภาพหรือคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่ โดยค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ ชอบใจ สมใจ จุใจ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อ สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการในทางบวกมากกว่าทางลบ โดยอาจแบ่งความ พึงพอใจได้ 2 แบบคือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธเกลียด เป็นต้น

แนวคิดการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

เจริญญา เจริญสุกใส (2544) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้ายกายภาพ ด้านวัฒนธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อหาความสนุกสนาน การเดินทางเพื่อการ

ประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อการกีฬา การเดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อการศึกษาค้นคว้า การเดินทางเพื่อการศาสนา ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีจุดประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปทั้งที่เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษาค้นคว้า หรือแม้กระทั่งเพื่อติดต่อธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานโดยที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้จากการเดินทางไปท่องเที่ยวในครั้งนั้น

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ดร.ชิต มาระโกชน (2552 : ออนไลน์) ได้อธิบายถึง องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเป็นการ ศึกษาเพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทักษะคิดและลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนทางตลาด

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพ

ภูมิอากาศรวมทั้งอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและพลัดเพลิน

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือเหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปแบบของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม แต่ละประเทศต่างก็มี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งที่เป็นรูปธรรมที่แสดงออกทางด้าน ลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย การละเล่นและการบันเทิงต่างๆ สภาพบ้านเรือน ฯลฯ และที่เป็นนามธรรมที่ แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ

3. ธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ จึงหมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน โรงละคร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้ส่วนใหญ่ต้องใช้เงินทุนในการสร้างสูง โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของภาคเอกชน มีเพียงส่วนน้อย เช่น สวนสาธารณะ และสวนสัตว์ที่เป็นการลงทุนของภาครัฐ

จากองค์ประกอบการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นต้องประกอบด้วย นักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวต่างๆ จากนั้นจึงมีการพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสานต่อ ทางด้านการท่องเที่ยวต่อไป

3. ประเภทการท่องเที่ยว

สำหรับประเภทการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 6 ประเภทดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555 : ออนไลน์)

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม เช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความ เป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรม สำคัญของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสปา
5. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การเดินทางไปเยี่ยมเยียนลูกค้า หรือ ดูผลงานและได้ไป ท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆประมาณ 1 -2 วัน

6. การท่องเที่ยวเชิงสันทนาการและบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อคลายเครียด มีข้อดีที่สุด คือ ใช้เวลาและงบประมาณไม่มากนัก อีกทั้งยังมีหลายรูปแบบให้เลือกตามรสนิยม เช่น การเล่นกีฬา ชมการแข่งขัน ผจญภัย และสถานบันเทิง ต่างๆ

4. ประเภทของนักท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประกาศใช้คานิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเมื่อปี ค.ศ. 1968 ไว้ดังนี้ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2543)

- นักท่องเที่ยว (Travelers) หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง ซึ่งรวมทั้งผู้ที่สามารถมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว (Tourists) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit Passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ (Diplomats, Representatives of Consulates, Members of Armed Force) และผู้ลี้ภัย (Refugees)

- ผู้มาเยือน (Visitors) สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ต่างถิ่น เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2. นักทัศนอาจร (Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ต่างถิ่น เป็นการเดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความของผู้ที่เดินทางไปยังต่างถิ่นไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529:5)

ผู้เยี่ยมเยือน คือ บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ซึ่งมิใช่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การศาสนาติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในการดังกล่าวนั้น สามารถแบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนที่ต่างถิ่นกับผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่ต่างถิ่น

นักท่องเที่ยวนั้น คือ ผู้เดินทางไปเยือนสถานที่นั้น โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช้คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่สถานที่นั้น ทั้งนี้ต้องพักอย่างน้อย 1 คืน

นักทัศนอาจร คือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่พักต่างถิ่น

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริกันยา อารัญญ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัด กรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ผลการศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัด กรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเรียนรู้ ด้านราคาและสภาพแวดล้อม ด้านประสบการณ์ ด้านสังคม ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านชื่อเสียง และด้านราคาและสภาพแวดล้อม สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นดังนี้ ด้านประสบการณ์ เห็นด้วยมาก ลำดับแรก ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม ด้านสิ่งดึงดูดใจเห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ ด้านราคา เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านสภาพแวดล้อม เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ อากาศดี ด้านการพักผ่อน/ผ่อนคลาย เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่สามารถพักผ่อนได้ทั้งทางกายและจิตใจ ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่น้ำตกที่จังหวัดเชียงใหม่มีความสะอาดสวยงาม ด้านการเรียนรู้เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสังคม เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ ประชากรจังหวัดเชียงใหม่มีน้ำใจและอัธยาศัยดี ด้านชื่อเสียง ได้แก่ ท่านอยากจะทำประสบการณ์การท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ให้เพื่อนของท่านฟัง

อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษา ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทยคือผู้คนเป็นมิตร ส่วนภาพลักษณ์ที่เป็นกลางค่อนข้างลบมากที่สุดคือ ประเทศไทยเต็มไปด้วยมลพิษ
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันและมาจากทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อประเทศไทยที่ต่างกัน เป็นภาพลักษณ์ทางบวกในระดับสูงที่สุด
3. นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะ (จากดาวเทียม จากเคเบิลทีวี และจากรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว) ในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง

4. สื่อเฉพาะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ตามลำดับ

5. เพศ และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ส่วนอายุ รายได้ และทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะ

6. ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

7. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร นั่นคือนักท่องเที่ยวที่ยังเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากย่อมมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

8. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีผลต่อการประเมินภาพลักษณ์ของประเทศไทย

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่า จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 คน ซึ่งใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิเคราะห์ข้อมูลในงาน- วิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ วิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ ผลการศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษา ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมา ท่องเที่ยววันเดียว และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับ ข่าวสารการท่องเที่ยวจาก บุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้าน บทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัย ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยว ไทย ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และ ได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและ สิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และ บทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จากข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปี 2554 จำนวน 923,450 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา 2556)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คำนวณโดยใช้ตารางสำเร็จรูป Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 923,450 คน ได้กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจำนวน 398 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจริงที่ 400 คน ซึ่งในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบอย่างง่ายเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ความร่วมมือและสามารถตอบแบบสอบถามภาษาอังกฤษได้ ที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self Administrated Questionnaire) โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตามองค์ประกอบ 8 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้านประสบการณ์
2. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ
3. องค์ประกอบด้านราคา
4. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม
5. องค์ประกอบด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย
6. องค์ประกอบด้านการเรียนรู้
7. องค์ประกอบด้านสังคม
8. องค์ประกอบด้านชื่อเสียง

เกณฑ์การให้คะแนนอ้างอิงเกณฑ์การวัดภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (ม.ป.ป.: ออนไลน์)

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมาย

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 เห็นด้วยระดับมากที่สุด /ภาพลักษณ์เชิงบวก
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 เห็นด้วยระดับมาก /ภาพลักษณ์เชิงบวก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 เห็นด้วยระดับปานกลาง /ภาพลักษณ์ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 เห็นด้วยระดับน้อย /ภาพลักษณ์เชิงลบ
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด /ภาพลักษณ์เชิงลบ

เกณฑ์การให้คะแนนอ้างอิงเกณฑ์การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พระนครศรีอยุธยา โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (ม.ป.ป.: ออนไลน์)

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมาย

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 เห็นด้วยระดับมากที่สุด /ความพึงพอใจเชิงบวก
 ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 เห็นด้วยระดับมาก /ความพึงพอใจเชิงบวก
 ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 เห็นด้วยระดับปานกลาง /ความพึงพอใจปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 เห็นด้วยระดับน้อย /ความพึงพอใจเชิงลบ
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด /ความพึงพอใจเชิงลบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

การรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวอยู่ในนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับตาม ลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) และรายงานเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละ เพศของนักท่องเที่ยว

	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	1) ชาย	143	35.8
	2) หญิง	257	64.3
	รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิง สูงสุด จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละ อายุของนักท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
1) ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.0
2) 20-30 ปี	53	13.3
3) 31-40 ปี	124	31.0
4) 41-50 ปี	169	42.3
5) 51-60 ปี	34	8.5
6) 61 ปีขึ้นไป	12	3.0
รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสูงสุด มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงคือ 31-40 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ 20-30 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละ สถานภาพ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
1) โสด	165	41.3
2) สมรส	229	57.3
3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่	6	1.5
รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสูงสุดคือ สมรส จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงคือ โสด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละ การศึกษาของนักท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
1) ประถม	0	0.0
2) มัธยม/อาชีวศึกษา	0	0.0
3) ปริญญาตรี	320	80.0
4) สูงกว่าปริญญาตรี	80	20.0
รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า การศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสูงสุดคือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละ อาชีพของนักท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
1) นักเรียน / นักศึกษา	30	7.5
2) พนักงานบริษัท	200	50.0
3) รับราชการ	7	1.8
4) รัฐวิสาหกิจ	12	3.0
5) เจ้าของธุรกิจ	139	34.8
6) เกษียณ	12	3.0
รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสูงสุดคือ พนักงานบริษัท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1) น้อยกว่า 30,000 บาท	0	0.0
2) 30,001 – 47,000 บาท	27	6.8
3) 47,001 – 80,000 บาท	81	20.3
4) 80,000 บาท ขึ้นไป	292	73.0
รวม	400	100.0

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 80,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ 47,001 – 80,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และ 30,001 – 47,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านประสบการณ์			
1) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท	3.94	.74	มาก
2) ที่พักสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม	4.03	.72	มาก
3) ร้านอาหารบริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง	4.39	.64	มาก
4) การจราจรไม่ติดขัด	3.89	.48	มาก
5) ความชัดเจนของป้ายบอกทาง	4.14	.68	มาก
6) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	4.54	.70	มากที่สุด
7) สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน	4.24	.56	มาก
8) บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ	4.47	.56	มาก
9) ความเหมาะสมของค่าบริการนำเที่ยว	4.03	.55	มาก
10) การจัดระบบดูแล รักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม	3.62	.60	มาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1) มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.34	.54	มาก
2) มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	4.53	.67	มากที่สุด
3) มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์	3.77	.81	มาก
4) มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์	4.52	.62	มากที่สุด
5) มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	3.82	.61	มาก
ด้านราคา			
1) ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.50	.66	มาก
2) ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการ	3.98	.60	มาก
และรสชาติที่ได้รับ			
3) ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม	3.59	.63	มาก
ด้านสภาพแวดล้อม			
1) สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล	4.18	.68	มาก
2) สภาพอากาศที่ดี	4.01	.70	มาก
3) มีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ	3.81	.56	มาก
4) การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.41	.90	ปานกลาง
ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย			
1) เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้	3.06	.76	ปานกลาง
2) สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี	3.69	.75	มาก
ด้านการเรียนรู้			
1) ท่านสามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมา	4.23	.87	มาก
ท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
2) ท่านเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของ	3.96	.57	มาก
แหล่งท่องเที่ยว นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
3) ท่านได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นคร	4.32	.67	มาก
ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
ด้านสังคม			
1) ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3.20	.79	ปานกลาง
และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว			
2) เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากร	3.99	.41	มาก
ในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			

ด้านชื่อเสียง				
รู้จัก	1) ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่	4.19	.61	มาก
	2) สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่ง	3.69	.86	มาก
ท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ให้แก่เพื่อน หรือ				
คนรู้จัก				
รวม		3.97		มาก

จากตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.47 อยู่ในระดับมาก และร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง มีค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.98 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม มีค่าเฉลี่ย 3.59 อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล มีค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.01 อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.81 อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ มีค่าเฉลี่ย 3.06 อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมาก และเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.96 อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.99 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.69 อยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านประสบการณ์			
1) สถานที่ท่องเที่ยวที่พิกให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท	3.24	.57	ปานกลาง
2) ที่พักสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม	4.01	.65	มาก
3) ร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง	3.28	.86	ปานกลาง
4) การจราจรไม่ติดขัด	3.79	.47	มาก
5) ความชัดเจนของป้ายบอกทาง	3.21	.49	ปานกลาง
6) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	4.48	.70	มาก
7) สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน	4.16	.67	มาก
8) บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ	2.94	.67	ปานกลาง
9) ความเหมาะสมของค่าบริการนำเที่ยว	4.17	.50	มาก
10) การจัดระบบดูแล รักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม	3.87	.81	มาก
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1) มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.27	.46	มาก
2) มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	4.67	.47	มากที่สุด
3) มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์	3.48	1.11	ปานกลาง

4) มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์	3.31	.93	ปานกลาง
5) มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	3.97	.70	มาก
ด้านราคา			
1) ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.52	.60	มาก
2) ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและ	3.83	.77	มาก
รสชาติที่ได้รับ			
3) ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม	3.98	.83	มาก
ด้านสภาพแวดล้อม			
1) สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล	4.10	.33	มาก
2) สภาพอากาศที่ดี	3.96	.76	มาก
3) มีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ	3.96	.38	มาก
4) การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย	3.58	.86	มาก
ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย			
1) เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้	3.42	.96	ปานกลาง
2) สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี	2.93	.96	ปานกลาง
ด้านการเรียนรู้			
1) ท่านสามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมา	3.12	.95	ปานกลาง
ท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
2) ท่านเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของ	4.18	.86	มาก
แหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
3) ท่านได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นคร	4.41	.50	มาก
ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
ด้านสังคม			
1) ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3.91	.81	มาก
และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว			
2) เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากร	4.18	.38	มาก
ในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา			
ด้านชื่อเสียง			
1) ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่	4.47	.50	มาก
รู้จัก			
2) สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่ง	4.11	.83	มาก
ท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ให้แก่เพื่อน หรือ			
คนรู้จัก			
รวม	3.82		มาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าบริการนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.27 อยู่ในระดับมาก และมีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.97 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม มีค่าเฉลี่ย 3.98 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.52 อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล มีค่าเฉลี่ย 4.10 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.96 อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.96 อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ มีค่าเฉลี่ย 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี มีค่าเฉลี่ย 2.93 อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับมาก และสามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.12 อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.91 อยู่ในระดับมาก

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 4.47 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 เปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

รายการ	ภาพลักษณ์			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ลำดับ
ด้านประสบการณ์	4.12	มาก	3	3.71	มาก	7
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.19	มาก	1	3.94	มาก	3
ด้านราคา	3.69	มาก	6	3.77	มาก	6
ด้านสภาพแวดล้อม	3.85	มาก	5	3.90	มาก	5
ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย	3.37	ปานกลาง	8	3.17	ปานกลาง	8
ด้านการเรียนรู้	4.17	มาก	2	3.91	มาก	4
ด้านสังคม	3.59	มาก	7	4.04	มาก	2
ด้านชื่อเสียง	3.94	มาก	4	4.29	มาก	1
รวม	3.86	มาก		3.84	มาก	

จากตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว มรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 4.12 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.69 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.59 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีค่าเฉลี่ย 3.94 อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมาก

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยศึกษานักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงสูงสุด จำนวน 257 คน และเพศชาย จำนวน 143 คน ซึ่งอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 169 คน 31-40 ปี จำนวน 124 คน และ 20-30 ปี จำนวน 53 คน มีสถานภาพ สมรส จำนวน 229 คน โสด จำนวน 165 คน และอยู่ร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน นักท่องเที่ยว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 320 คน สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวคือ พนักงานบริษัท จำนวน 200 คน เจ้าของธุรกิจ จำนวน 139 คน และนักเรียน / นักศึกษา

จำนวน 30 คน นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 292 คน 47,001 – 80,000 บาท จำนวน 81 คน และ 30,001 – 47,000 บาท จำนวน 27 คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก และร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าบริการนำเที่ยว อยู่ในระดับมาก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก และมีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์และดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากรองลงมาคือ เกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และสามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากรองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากรองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก อยู่ในระดับมาก

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ปานกลาง อยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวก มีเพียงด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากการจัดอันดับด้านที่นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวนั้น ด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านชื่อเสียง

อภิปรายผลการวิจัย

ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก และร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทและมีหลายแห่ง อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ นฤมล บัวจันทร์ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจ จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม อยู่ในระดับมาก และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สภาพอากาศที่ดี อยู่ในระดับมาก และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ อยู่ในระดับมาก

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิต ใหม่ ๆ ได้เมื่อมาท่องเที่ยวที่ นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อารยา วรรณประเสริฐ (2542) กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทยคือผู้คนเป็นมิตร

ด้านชื่อเสียง พบว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก อยู่ในระดับมาก ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลกนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีข้อเสนอแนะด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านประสบการณ์ ควรรักษาคุณภาพและบริการตามหลักด้านจิตวิทยา ประสบการณ์จากความทรงจำสามารถ ก่อให้เกิดการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของบุคคลจากประสบการณ์ในอดีต ส่งผลต่อความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ดี ก็จะบอกต่อในสิ่งที่ดี

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรรักษาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ ส่งผลต่อความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านราคา ควรรักษาและควบคุมมาตรฐานราคาอาหารและเครื่องดื่ม ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

ด้านสภาพแวดล้อม ควรรักษาสภาพแวดล้อมดี ไม่ให้มีสิ่งปฏิกูล และมีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ ซึ่งส่งผลต่อความสะอาดสบายของนักท่องเที่ยว

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ควรมีการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจไม่วุ่นวาย และเป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงกับ ความวุ่นวายในชีวิตได้

ด้านการเรียนรู้ ควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ส่งผลต่อความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ดี ก็จะบอกต่อในสิ่งที่ดี

ด้านสังคม ควรมีการส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ให้กับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว

ด้านชื่อเสียง ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้เป็นที่รู้จัก และรักษาคุณภาพและบริการเมื่อนักท่องเที่ยวกลับไปแล้วสามารถเล่าประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

ควรมีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการตลาดเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาในอนาคตต่อไป

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา กับแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอื่นเพื่อวิเคราะห์ จุดเด่น จุดด้อย และนำมาปรับปรุงในอนาคตต่อไป

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

บรรณานุกรม

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549). กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2549. ผลการวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาวิจัยเพื่อหาความต้องการฝึกอบรมด้านการตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2556. “จุลสารการท่องเที่ยวฉบับที่3/2556”[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal>

กรมการท่องเที่ยว. 2556: “สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ.2555 และแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2556 ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://123.242.133.66/tourism/th/home/download_list.php?gid=4

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2546. รายงานประจำปี 2545. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2548. การวางแผนการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์.

จังหวัดพะเยา. 2556. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.phayao.go.th/au/c4-3.php>

ชาย โปธิสิตา. 2549. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

วารัชต์ มัธยมบุรุษ. 2552. รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิลปากร, กรม. (2543). อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. บริษัท ศรีเมืองการพิมพ์
จำกัด. ISBN 974-417-472-2. 212 หน้า.

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

ศวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

Research Questionnaire

The questionnaire of the tourism image of world heritage historic city of Phra Nakorn Si Ayutthaya from the view of foreign tourists has a purpose is to study the tourism image of world heritage historic city of Phra Nakorn Si Ayutthaya and to study the satisfaction of the tourists with the tourism image of world heritage historic city of Phra Nakorn Si Ayutthaya.

Thank you very much for your time and cooperation. The researcher shall apply the result for the further improvement and development.

Part 1: Demographic Characteristics of Consumers

Explanation Mark ✓ in that matches your comments as possible.

1. Gender

1. Male

2. Female

2. Age (Year)

1. Below 20

2. 20–30

3. 31–40

4. 41–50

5. 51–60

6. Over 61

3. Marital Status

1. Single

2. Married

3. Other (please specify).....

4. Highest Education Level

1. High School/ Vocational School 2. Diploma/ High Vocational School

3. Bachelor

4. Master Degree or over

5. Other (please specify).....

5. Career

1. Student

2. Company official

3. Government official

4. State Enterprise

5. Business Owner

6. Housewife

7. Retired

8. Other (please specify).....)

6. Average income per month

1. Lower than 900 USD

2. 901–1400 USD

3. 1401–2400 USD

4. Over 2401

Tourism Image	Level of attitude toward tour image					Level of satisfaction toward tour image				
	highest	high	moderate	low	lowest	highest	high	moderate	low	lowest
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Tourist Attraction										
1. Interesting history.										
2. Interesting and unique cultures										
3. Interesting and unique arts and crafts.										
4. Interesting and unique buildings.										
5. Attractive and unique festivals										
Price and Fee										
1. Prices are reasonable for the quality of the product.										
2. Food and drinks fee is reasonable for the taste and service.										
3. The appropriateness of the visit fee.										

Tour image	Level of attitude toward tour image					Level of satisfaction toward tour image				
	Highest (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)	Highest (5)	High (4)	Moderate (3)	Low (2)	Lowest (1)
Reputation										
1. Reputation of the historic city of Phra Nakorn Si Ayutthaya is well-known										
2. You can share the experiences from the tourist attractions of The historic city of Phra Nakorn Si Ayutthaya to a friend or acquaintance.										

Part 3: Other Suggestions or Recommendations

.....

.....

.....

.....

Thank you very much for your cooperation

ประวัติผู้วิจัย

ศวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นายสุกhum คองดิษฐ์

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) : Mr.Sukhum.Kongdit

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) : อาจารย์

สังกัด/หน่วยงาน คณะศิลปศาสตร์

ที่อยู่ : 60 หมู่ 3 ตำบลหันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000

โทรศัพท์ 035-709-208 โทรสาร 035-709-208

โทรศัพท์มือถือ 084-372-3773 E-mail : hippie.tong@gmail.com

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

ปีที่จบการศึกษา	ปริญญา	อักษรย่อปริญญา / ชื่อเต็ม	สาขา	วิชาเอก	ชื่อสถานศึกษา
2556	โท	ศศ.ม. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)	การโรงแรมและการท่องเที่ยว	การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว	ม.นเรศวร
2554	ตรี	บธ.บ. (บริหารธุรกิจบัณฑิต)	การโรงแรมและการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยว	ม.พะเยา

ผลงานที่ผ่านมา

ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณชน, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

- การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้ ในพื้นที่โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พื้นที่ปกปักพันธุกรรมพืชตำบลผาซางน้อย จังหวัดพะเยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) 2558 (ผู้วิจัยร่วม)

- การพัฒนาพื้นที่โบราณสถานเพื่อการเรียนรู้ของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเหล่า อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา งบรายได้ของมหาวิทยาลัยพะเยา 2556 (หัวหน้าโครงการวิจัย)

- การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เบ็ตต์คูเมน 2556 งบประมาณได้ของมหาวิทยาลัยพะเยา (ผู้วิจัยร่วม)
- การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอบรบอาสาสมัครผู้นำเที่ยว ชุมชนวัดศรีสุพรรณ ตำบลแม่ใจ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา มหาวิทยาลัยพะเยา 2556 (ผู้วิจัยร่วม)
- โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ตามแนวคิด 7 Greens จังหวัดน่าน พ.ศ.2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 2555 (ผู้วิจัยร่วม)

สวพ.
มทร.สุวรรณภูมิ