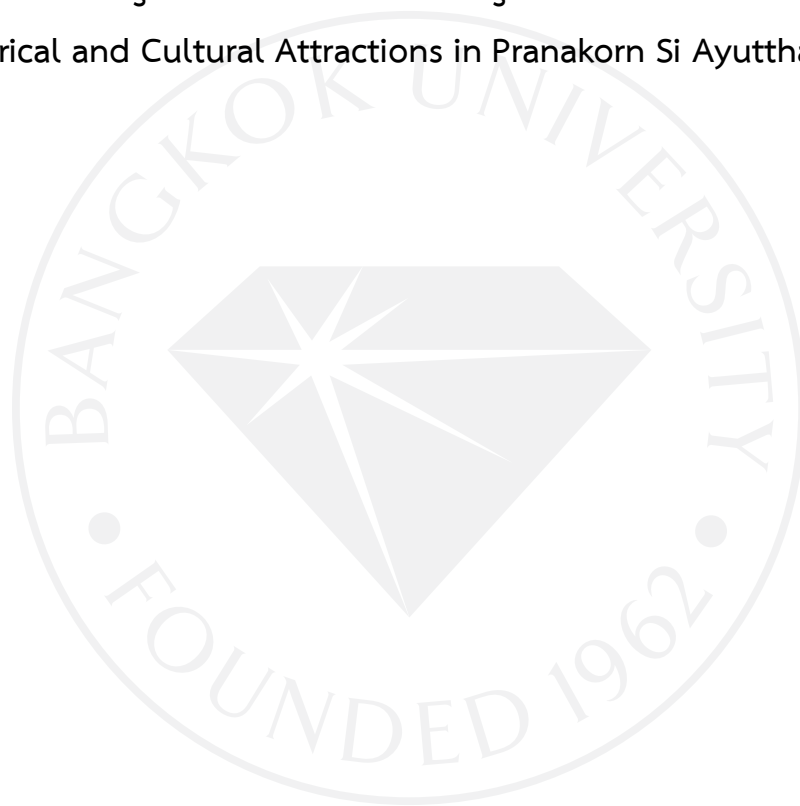


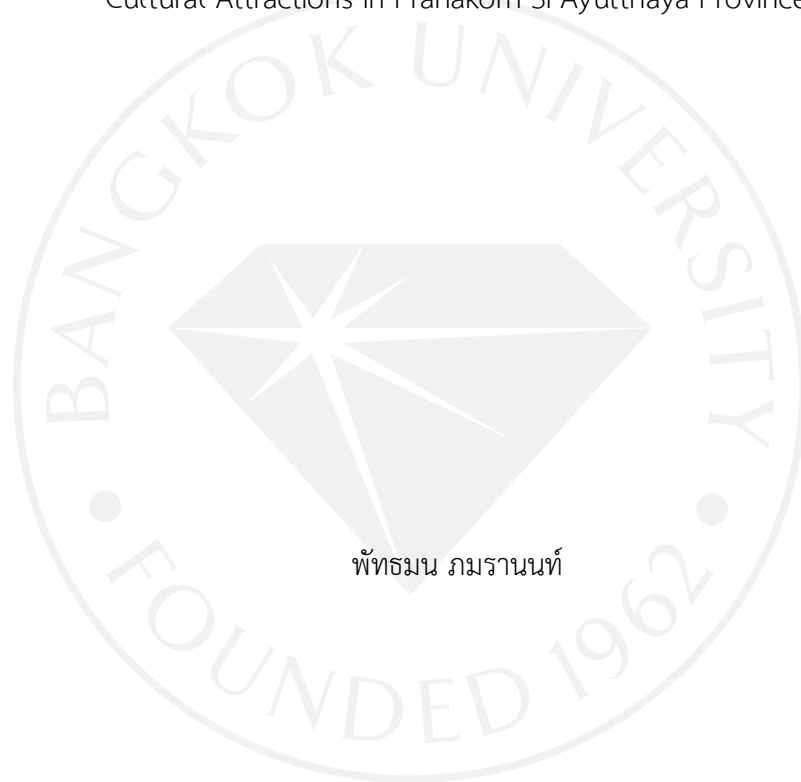
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factor Affecting to the Decision Making of Thai Tourists on Travailing to  
Historical and Cultural Attractions in Pranakorn Si Ayutthaya Province



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factor Affecting to the Decision Making of Thai Tourists on Travailing to Historical and  
Cultural Attractions in Pranakorn Si Ayutthaya Province



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2562



©2563

พัทธ์มน ภมรานนท์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัย พัทธมน ภมรานนท์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.ภูเกริก บัวสอน)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขชุม)



(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 สิงหาคม 2563

พัชรมน ภูมรานนท์. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว, สิงหาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (227 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ภูเกริก บัวสอน

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ศึกษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาข้อมูลการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการสุ่มแบบสะดวก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 หากพบความแตกต่างได้ทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ LSD ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว เดินทางมาโดยรถของสถานศึกษา/บริษัท หรือองค์กร ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ใช้ระยะเวลาวันเดียวไปเช้าเย็นกลับ ได้ข้อมูลจากเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ สภาพแวดล้อมมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม การเดินทางมีความสะดวก มีบริการต่าง ๆ เช่น สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม และกำลังเป็นที่นิยมมีค่าเฉลี่ยต่อการตัดสินใจมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสามารถนำไปช่วยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดแสดงและกิจกรรมให้แปลกใหม่ น่าสนใจ รวมถึงปรับปรุงเพิ่มด้านการบริการให้สามารถเป็นประโยชน์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่อื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยว, พฤติกรรม, การตัดสินใจ, สภาพแวดล้อม, ปัจจัยส่วนบุคคล

Phamranon, P. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), August 2020,  
Graduate School, Bangkok University.

Factor Effecting to the Decision Making of Thai Tourists on Travailing to Historical and  
Cultural Attractions in Pranakorn Si Ayutthaya Province (227 pp.)

Advisor: Phukirk Buasorn, Ph.D.

### **ABSTRACT**

The objectives of this study were to study the personal factors of tourists, to study the behavior of tourists, study the environment of tourist attractions, studying tourists' decision making information and study the factors that influence tourism decisions. This research was collecting data by questionnaires. The sample size was 400 people by convenient random sampling. Data were also analyzed using statistics, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics such as Independent t-test and One-Way ANOVA with statistical significance at 0.05. If the differences the pairings were tested using LSD Post Hoc analysis. The result showed the personal factors of tourists were female, age ranging from 41 to 50 years, the Bachelor's Degree of education, marital status, occupation of employee/ company employee and income from 15,001–30,000 baht. The purpose of tourism was to bring family or relatives to travel by car from the school/ company or organization on Saturday–Sunday. The duration of the day was day to night get information from the website and online media. The environment was beautiful in art and culture. Traveling was convenient and there were various services such as toilets for children and the elderly appropriately and sufficiently. There are security personnel to take care of the lives and property of tourists. Attractions are beautiful and becoming popular at highest of decision. The comparison results showed that the personal factors of tourists in terms of gender, age, status and occupation not difference. The education level and incomes affecting the decision were significantly different at the level of 0.05. Behavior factors of tourists and the environment of the tourist attraction influences the decision making of the tourist with statistical significance at the level of 0.05. These results can be used as guidelines for improving services which would be useful for the company and government's organizations whose work related to nostalgia tourism.

*Keywords: Tourists, Behavior, Decision, Environment, Personal factors*



## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. ภูเกริก บัวสอน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านมาให้ความรู้ ให้การชี้แนะ แนวทางการค้นคว้า ตรวจสอบ และให้คำแนะนำแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนมีความปรารถนาดีในการให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการวิจัย ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ด้านสถิติ และให้แนะนำเกี่ยวกับการแปรค่าทางสถิติต่าง ๆ โดยละเอียด และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากในการนำมาประยุกต์ใช้ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ดร.มณีนันท์ วรชนะนันท์ ดร.พิพัฒน์พงศ์ พิภพ และ ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม สำหรับคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการปรับปรุงแบบสอบถาม อีกทั้งชี้แนะในรายละเอียดของงานวิจัย ซึ่งนับเป็นการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้แก่รูปแบบรายงาน

ขอขอบพระคุณผู้บริหารสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เมตตากรุณาอนุญาตให้มีโอกาสได้เข้าไปทำการค้นคว้าอิสระ รวมถึงได้มอบข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลามาตอบข้อมูลแบบสอบถาม อันเป็นประโยชน์แก่การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวและเพื่อนทุกคนที่สละเวลา แรงกาย และแรงใจ ในการมาช่วยแจกแบบสอบถาม รวมถึงช่วยเป็นที่ปรึกษาที่ดีเสมอมา

พัทธ์มน ภมรานนท์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 คำนิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 ความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว	7
2.1.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	13
2.1.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	45
2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47
2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการตัดสินใจ	52
2.1.6 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	55
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
2.3 สมมติฐานการวิจัย	68
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	71
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	72
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	72
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	74
3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ	75
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	79
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	79
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	82
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	86
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	90
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	92
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	126
5.1 สรุปผลการวิจัย	127
5.2 อภิปรายผลของการวิจัย	134
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	146
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	147
บรรณานุกรม	149
ภาคผนวก	154
ภาคผนวก ก การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย	154
ภาคผนวก ข แบบสอบถามงานวิจัย	163
ภาคผนวก ค การวิเคราะห์ข้อมูล	171
ภาคผนวก จ การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม	223
ประวัติผู้เขียน	227
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2560–2562	2
ตารางที่ 2.1: รูปแบบของการท่องเที่ยว	13
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ	79
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุ	80
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	80
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามสถานภาพ	81
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	81
ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้	82
ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	84
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	85
ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว	85
ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	86
ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	87
ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรูปแบบการให้บริการ	88
ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก	89

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตาม ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 4.17: ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	91
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามเพศ	93
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอายุ	94
ตารางที่ 4.20: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา	95
ตารางที่ 4.21: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	95
ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสถานภาพ	96
ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอาชีพ	97
ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรายได้	98
ตารางที่ 4.25: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ โดยเปรียบเทียบ เป็นรายคู่	99
ตารางที่ 4.26: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	100
ตารางที่ 4.27: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ของ การท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสมาชิก หรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	102
ตารางที่ 4.29: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสมาชิกหรือกลุ่มของ การเดินทางท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	103
ตารางที่ 4.30: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	104
ตารางที่ 4.31: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ใน การเดินทางท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	105
ตารางที่ 4.32: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวันที่ เดินทางมาท่องเที่ยว	106
ตารางที่ 4.33: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวันที่เดินทาง มาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	107
ตารางที่ 4.34: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	108
ตารางที่ 4.35: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวันที่เดินทาง มาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	109
ตารางที่ 4.36: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	110

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามแหล่งข้อมูล ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	111
ตารางที่ 4.38: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	112
ตารางที่ 4.39: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานที่และที่ตั้ง ของแหล่งท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	113
ตารางที่ 4.40: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรูปแบบการให้บริการ	115
ตารางที่ 4.41: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรูปแบบการให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	116
ตารางที่ 4.42: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม สิ่งอำนวยความสะดวก	117
ตารางที่ 4.43: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	118
ตารางที่ 4.44: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตาม ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	120
ตารางที่ 4.45: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	121
ตารางที่ 4.46: แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน	122

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: อโยธยาเมืองมรดกโลก	16
ภาพที่ 2.2: ข้อความบันทึกเหตุผลที่อยุธยาได้รับการประกาศเป็นเมืองมรดกโลก	16
ภาพที่ 2.3: แผนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	17
ภาพที่ 2.4: ที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	18
ภาพที่ 2.5: วัดพนัญเชิงวรวิหาร	20
ภาพที่ 2.6: พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อโต วัดพนัญเชิงวรวิหาร)	21
ภาพที่ 2.7: ประติมากรรมของวัดพนัญเชิง	21
ภาพที่ 2.8: พระพุทธรูปทอง พระพุทธรูปนาก ในวัดพนัญเชิง	22
ภาพที่ 2.9: ประติมากรรมของพระพุทธรูปทอง พระพุทธรูปนาก	22
ภาพที่ 2.10: ศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมากซึ่งตั้งอยู่ในวัดพนัญเชิง	23
ภาพที่ 2.11: รูปปั้นของเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก	23
ภาพที่ 2.12: เทพเจ้าต่าง ๆ ภายในศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก	24
ภาพที่ 2.13: วัดมงคลบพิตร	25
ภาพที่ 2.14: หลวงพ่อโตวัดมงคลบพิตร หรือหลวงพ่อมงคลบพิตร	25
ภาพที่ 2.15: ประติมากรรมหลวงพ่อมงคลบพิตร	26
ภาพที่ 2.16: วัดใหญ่ชัยมงคล	27
ภาพที่ 2.17: ประติมากรรมวัดใหญ่ชัยมงคล	27
ภาพที่ 2.18: พระพุทธชินราชในวิหารของวัดใหญ่ชัยมงคล	28
ภาพที่ 2.19: เจดีย์วัดใหญ่ชัยมงคล	28
ภาพที่ 2.20: เจดีย์คู่ในวัดใหญ่ชัยมงคล	29
ภาพที่ 2.21: พระนอนที่วัดใหญ่ชัยมงคล	29
ภาพที่ 2.22: กลุ่มปราสาท 5 องค์ ล้อมรอบด้วยระเบียงคตของวัดไชยวัฒนาราม	30
ภาพที่ 2.23: เจดีย์วัดไชยวัฒนาราม	31
ภาพที่ 2.24: พระปราสาทและเจดีย์วัดไชยวัฒนาราม	31
ภาพที่ 2.25: แผนผังและประติมากรรมวัดไชยวัฒนาราม	32
ภาพที่ 2.26: วัดท่ากาห้อง	33
ภาพที่ 2.27: พระพุทธรัตนมงคล (หลวงพ่อยิ้ม วัดท่ากาห้อง)	33
ภาพที่ 2.28: ศาลาเก่าสมัยอยุธยาของวัดท่ากาห้อง	34

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.29: วัดมหาธาตุ	35
ภาพที่ 2.30: พระปรารักษ์วัดมหาธาตุ	35
ภาพที่ 2.31: วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร	36
ภาพที่ 2.32: ประวัตินิเวศธรรมประวัติ	37
ภาพที่ 2.33: ศาลาภายในวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร	37
ภาพที่ 2.34: พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร	38
ภาพที่ 2.35: พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหารระยะใกล้	38
ภาพที่ 2.36: ภายในพระอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร	39
ภาพที่ 2.37: ฐานที่ประดิษฐานพระประธาน คือ พระพุทธรูปมณฑลรัตนโมฬีที่มีลักษณะเหมือน ที่ตั้งไม้กางเขนในโบสถ์คริสต์	40
ภาพที่ 2.38: พลับพลาที่ประทับของรัชกาลที่ 5 ภายในอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติ	40
ภาพที่ 2.39: นาฬิกาแดดตั้งอยู่ที่ด้านหน้าอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติ	40
ภาพที่ 2.40: ประวัตินิเวศธรรมประวัติ	41
ภาพที่ 2.41: ประวัตินิเวศธรรมประวัติ	41
ภาพที่ 2.42: พระราชวังบางปะอิน	43
ภาพที่ 2.43: แผนผังของพระราชวังบางปะอิน	43
ภาพที่ 2.44: พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพย์อาสน์	44
ภาพที่ 2.45: หอวิฑูรย์ทัศนาศนา	44
ภาพที่ 2.46: กรอบแนวคิดการวิจัย	71



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวนับเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและเข้ามามีส่วนสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เพราะการท่องเที่ยวนับเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างมาก รวมทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในภาคการผลิต การบริการ การสร้างงาน สร้างอาชีพ (Rosentraub & Joo, 2009 อ้างใน พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, 2555, หน้า 1) และช่วยกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค (Harris, 2009 อ้างใน พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, 2555, หน้า 1)

ธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยในปีพุทธศักราช 2559 ธุรกิจการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และคาดการณ์ว่าในปีพุทธศักราช 2560 ธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 1.41 ล้าน ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละได้ 9.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อีกทั้งมีการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปี ต่อเนื่องไปจนถึงปี พุทธศักราช 2570 ซึ่งจะทำให้ในปีพุทธศักราช 2570 ธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2561, หน้า 18)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจอยู่เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวกระจายกันอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุต่าง ๆ (Archeological Tourism Resources) และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม (Cultural Tourism Resources) ซึ่งจะมีความแตกต่างกันตามสภาพท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งนี้เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมและอารยธรรมต่าง ๆ สืบทอดกันมา และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีค่าเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ปราณี ต้นประยูร และกิติมา ทามาลี, 2561, หน้า 173)

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวได้ดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่องซึ่งมีสาเหตุมาจากแรงหนุนทางเทศกาลและวันหยุดยาวติดต่อกัน ประกอบกับบรรยากาศในประเทศไทยที่มีความเหมาะสมต่อ

การเดินทางท่องเที่ยวและมาตรการกระตุ้นและส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัดของรัฐบาล รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก และธุรกิจสายการบิน ยังทำการตลาดกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับปัจจุบันกระแสความนิยมที่จะมีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กำลังอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นทุกปี (“ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมคึกคัก”, 2562) ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2560–2562

ประเภท	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
ผู้มาเยือน	5,683,569	6,100,483	8,954,949
นักท่องเที่ยว	1,281,574	2,087,880	2,726,808
นักท่องเที่ยว	4,401,995	4,838,984	5,288,744
รวม	11,367,138	13,027,347	16,970,501

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). รายงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2561. อยุธยา: ผู้แต่ง.

จากตารางดังกล่าวจะเห็นว่าแนวโน้มจำนวนของนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นตลอดเวลา กรมการท่องเที่ยวจึงกำหนดวิสัยทัศน์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พุทธศักราช 2561–2564 ในภาพรวมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันต่อกระแสของการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของนักท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อมุ่งพัฒนาให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างยั่งยืนโดยการพัฒนาแนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เน้นเรื่องลดการแข่งขันในมิตราคา พัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนเกี่ยวกับการเดินทางและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว พัฒนาคำรวมถึงการบริการทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึง โดยคำนึงถึงการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุด้วยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง

ในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยวเมืองหลักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง และพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ยกกระดานการอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว พัฒนาส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ อย่างมีศักยภาพ (กรมการท่องเที่ยว, 2561, หน้า 1-7)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีของไทยที่ยาวนานถึง 417 ปี เป็นดินแดนที่เคยมีความเจริญรุ่งเรือง มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านอารยธรรมและประวัติศาสตร์ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พุทธศักราช 2543 องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO ได้ประกาศให้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น (ปราณี ต้นประยูร และกิติมา ทามาลี, 2561, หน้า 173) ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก เช่น วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

จากทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ แม้ว่าปัจจุบันนี้จะมีความเสื่อมโทรมที่เกิดขึ้นทั้งจากมนุษย์และจากภัยธรรมชาติ แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่ให้ความสนใจเข้าไปท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดมณฑลพิตร วัดใหญ่ไชยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่าการ้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.3 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.4 เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.5 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

#### 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วงเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Khazanie (1997, p. 403) ที่ความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

##### 1.3.2.1 ตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย

1) ปัจจัยหรือข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้

2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว สมาชิกหรือกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยว ยานพาหนะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว วันเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

3) ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ได้แก่ สถานที่และที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการ การอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

1.3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.3 สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดพนัญเชิง

วรวิหาร วัดมงคลบพิตร วัดใหญ่ไชยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่าการ้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน (“รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา”, 2562)

1.3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พุทธศักราช 2563

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4.2 วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดมงคลบพิตร วัดใหญ่ไชยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่าการ้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้

#### 1.5 คำนียามศัพท์

1.5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก และอื่น ๆ ที่ส่งผลให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.5.2 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้

1.5.3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่จะร่วมเดินทาง วัน เวลา สถานที่ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และข้อมูลต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว

1.5.4 ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งที่สามารถควบคุมได้และไม่สามารถควบคุมได้ เช่น นโยบายของการให้บริการทางการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความสะอาด ความปลอดภัย การคมนาคม เหตุการณ์บ้านเมือง สภาพอากาศ ฤดูกาล

1.5.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดมงคลบพิตร วัดใหญ่ไชยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่าการ้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน

1.5.6 นักท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่ากาห้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน



## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 ความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว
  - 2.1.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
  - 2.1.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
  - 2.1.4 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
  - 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการตัดสินใจ
  - 2.1.6 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 2.3 สมมติฐานการวิจัย
  - 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเดิมทีไม่มีรูปแบบหรือข้อกำหนดใด ๆ เป็นเพียงการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญของทางราชการและของชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทยได้สร้างขึ้น ซึ่งมีรายละเอียดของทฤษฎีที่เกี่ยวกับความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการตัดสินใจ แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 2.1.1 ความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารทางวิชาการและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2541) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังที่ห่างไกลจากภูมิลำเนาเดิมของตนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และหาสิ่งที่แตกต่างจากการใช้ชีวิตประจำวันของตนเอง หรือการเรียนรู้จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของสถานที่นั้น ๆ



ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้

1) สิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว (Tourist Attraction) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ สามารถจูงใจให้คนไปเที่ยวได้หรือเป็นสถานที่ที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ไปเที่ยวชม

2) การอำนวยความสะดวก (Tourist facilities) หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

3) การคมนาคม หมายถึง ความสะดวกในการเดินทาง เช่น สภาพของถนน การจราจร และความปลอดภัยในการเดินทาง

4) การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดและหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นระยะเวลาสั้น ๆ โดยไม่มีการบังคับให้มีการเดินทาง

นิจिरา คลังสมบัติ (2557, หน้า 12) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พักไปยังที่ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราว และไม่ใช้การเดินทางไปเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ เป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยการเดินทาง (Travel) มาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว

เมลดา ธนิตนนท์ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลสมัครใจที่จะเดินทางจากที่อาศัยหรือภูมิลำเนาของตนไปยังที่แปลกใหม่ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่ต่างไปจากการใช้ชีวิตประจำวัน การเดินทางนั้นอาจจะมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้

องค์กรการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (World Tourism Organization: WTO) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่น โดยระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตร จากบ้าน ซึ่งเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ และวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (“การท่องเที่ยว”, 2562)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พักปกติ ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ การใช้ชีวิตประจำวัน ส่วนสถานที่และกิจกรรมที่จะท่องเที่ยวขึ้นขึ้นอยู่กับความชอบ ภารกิจ และความต้องการส่วนบุคคล



## รูปแบบของการท่องเที่ยว

วรัชต์ มัชฌมบุรุษ (2552) กล่าวว่า องค์การท่องเที่ยวโลกกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

### 1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) มีรายละเอียดดังนี้

1.1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในสถานที่ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยชุมชนและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึกในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในทางธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยชุมชนและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึกในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติในสถานที่ที่เป็นอุโมงค์ โพร่ง ถ้ำ ภูเขา หินงอกหินย้อย หินผา หรือลานหินต่าง ๆ เพื่อศึกษาและดูความสวยงามของความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและพื้นโลก ไม่ว่าจะเป็นกรวด หิน ดินทราย ซากฟอสซิล และแร่ธาตุต่าง ๆ และต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและชุมชน โดยชุมชนและผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ

1.4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มสัตว์ และการเลี้ยงสัตว์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงาม ความเพลิดเพลิน การได้รับความรู้ใหม่จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อของควมมีจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

1.5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบสุริยะจักรวาล การชมปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเกี่ยวกับดาราศาสตร์ เช่น ฝนดาวตก สุริยุปราคา และการดูดาวต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความรู้ ความประทับใจ และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น

2) รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) มีดังต่อไปนี้

2.1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณคดีของชุมชน ในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีต่าง ๆ และเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้มีการปลูกจิตสำนึกให้มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์มรดกทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี โดยชุมชนและท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในเรื่องของการท่องเที่ยว

2.2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม และประเพณี (Cultural and Traditional tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อร่วมชมกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่นที่ได้จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหรือศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของชุมชนในแต่ละพื้นที่

2.3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังหมู่บ้านในชนบทเพื่อเยี่ยมชมและศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้านให้มีความรู้ความเข้าใจและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมในด้านการดำรงชีวิตของชุมชน เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย งานศิลปหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3) รูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ให้ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งบางครั้งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้อาจจะจัดขึ้นในลักษณะของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความความก็ได้

3.2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับปรัชญา-ศาสนา สัจธรรมของชีวิต การฝึกสมาธิ โดยมีวัตถุประสงค์คือการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและคุณภาพของชีวิตให้ดีขึ้น

3.3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย หรือกลุ่มชาติพันธุ์เผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น

3.4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อเล่นกีฬาตามความชอบและความสนใจของนักท่องเที่ยวในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีน้ำ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและอาจจะได้รับประสบการณ์หรือความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

3.5) การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นแบบมีลักษณะพิเศษ คือ มีความท้าทายและความตื่นเต้นในลักษณะของการผจญภัย โดยมุ่งแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และความเพลิดเพลินให้ชีวิต แต่ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้วย

3.6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัวไปในท้องถิ่นต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตด้วยความเต็มใจ พร้อมทั้งจัดอาหาร นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และใช้บ้านเป็นศูนย์กลาง โดยเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนเข้าด้วยกัน

3.7) การท่องเที่ยวแบบพักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องการพักผ่อนหลังจากเกษียณอายุจากการทำงาน ต้องการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน นิยมที่จะเดินทางไปพักหรือท่องเที่ยวในต่างประเทศโดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานานอย่างน้อย 1 เดือน สำหรับการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

3.8) การท่องเที่ยวแบบส่งเสริมหรือกระตุ้นโดยการให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวที่องค์กรจัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่พนักงาน, เจ้าหน้าที่หรือกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบผลสำเร็จในการทำงาน โดยองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งอาจจะจัดท่องเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งก็ได้

3.9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE : M = Meeting/ I = Incentive/ C = Conference/ E = Exhibition) เป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มหรือองค์กรที่จัดขึ้นเพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ โดยมีการประชุมตามหัวข้อที่กำหนดไว้ อยู่ในช่วงการจัดนำเที่ยวด้วย แต่บางกลุ่มหรือบางองค์กรอาจจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนหรือหลังการประชุมก็ได้

3.10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน (Integrated Tour) เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้จัดการท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดรูปแบบและกิจกรรมในการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการหรือรูปแบบของการท่องเที่ยวต่าง ๆ มาจัดเป็นรายการนำเที่ยวเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

นิจรีรา คลังสมบัติ (2557) ได้สรุปแนวคิดของ บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา เรื่อง ประเภทหรือรูปแบบของการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 2) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) 3) การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และ 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism)

วาริชต์ มัชยมนบุรุษ (2552) ได้อธิบายถึงรูปแบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวแบ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้ 4 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Nature Tourism) คือ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อพักผ่อนและชมความสวยงามของธรรมชาติ

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) คือ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อศึกษาหาเชิงความรู้ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถานต่าง ๆ หรือสถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ

3) การท่องเที่ยวเพื่อการบันเทิงและกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีสิ่งเร้าเร้าใจ

4) การท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนา (Business and Convention Tourism) คือ การเดินทางเพื่อการติดต่อทางธุรกิจ ศึกษาดูงาน และประชุม สัมมนา

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวแตกต่างไปจากเดิมที่เป็นเพียงการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้นจึงได้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เป็นจำนวนมาก เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป หรือการท่องเที่ยวแบบ War Tourism คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้และสัมผัสกับบรรยากาศต่าง ๆ เกี่ยวกับการสงครามในอดีตที่ผ่านมา และการท่องเที่ยวแบบ Volunteer Tourism คือ การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ด้วย เช่น กิจกรรมปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ต่าง ๆ กิจกรรมอาสาสมัครเพื่อส่วนรวม เป็นต้น

สรุปได้ว่า รูปแบบของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อศึกษาหาความรู้ ประชุม สัมมนา เพื่อความสนุกสนาน หรืออื่นใดนั้น ขึ้นอยู่กับความชอบ ภารกิจและความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

สรุปโดยภาพรวมของการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ว่า หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างกันในการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ ให้มีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ส่วนสถานที่และกิจกรรมในการท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับความชอบ ภารกิจ และความต้องการส่วนบุคคล ทั้งนี้มีรูปแบบและการเดินทางในการท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาความรู้ ประชุม สัมมนา และการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน หรือรูปแบบอื่นใดนั้นขึ้นอยู่กับความชอบ ภารกิจ และความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งอาจมีรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้

ตารางที่ 2.1: รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยว	รายละเอียด
รูปแบบการท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)	1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) 3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) 4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) 5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)
รูปแบบของการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)	1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) 3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism)
รูปแบบการท่องเที่ยว ตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)	1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) 3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) 5) การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Travel) 6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) 7) การท่องเที่ยวแบบพักระยะยาว (Long Stay) 8) การท่องเที่ยวแบบส่งเสริมหรือกระตุ้นโดยการให้รางวัล (Incentive Travel) 9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE ) 10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน (Integrated Tour)
รูปแบบอื่น ๆ	ขึ้นอยู่กับความชอบ ภารกิจ และความต้องการส่วนบุคคล

### 2.1.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2558) ได้กล่าวถึง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาว่า ในอดีตเป็นราชธานีของไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่ในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่ประมาณ พุทธศตวรรษที่ 16-18 โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และเรื่องราวและ

เหตุการณ์ต่าง ๆ บันทึกไว้ในลักษณะตำนานพงศาวดาร และบันทึกไว้ในหลักศิลาจารึก ซึ่งถือว่าเป็นหลักฐานที่ใกล้เคียงกับเหตุการณ์มากที่สุด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเดิมมีชื่อเมืองว่า เมืองอโยธยา หรืออโยธยาศรีรามเทพนคร หรือเมืองพระราม ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา เป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งทางด้านการเมือง การปกครอง และมีวัฒนธรรมเมืองหนึ่งหนึ่ง มีการปกครองบ้านเมืองโดยการใช้กฎหมาย 3 ฉบับ คือ กฎหมายพระอัยการลักษณะเบ็ดเสร็จ กฎหมายพระอัยการลักษณะทาส และกฎหมายพระอัยการลักษณะกู้หนี้ ซึ่งต่อมาสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 หรือพระเจ้าอู่ทองทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เมื่อพุทธศักราช 1893 กรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางของประเทศสยามสืบต่อมายาวนานถึง 417 ปี

มีพระมหากษัตริย์ปกครอง 33 พระองค์จาก 5 ราชวงศ์ คือ 1) ราชวงศ์อู่ทอง 2) ราชวงศ์สุพรรณภูมิ 3) ราชวงศ์สุโขทัย 4) ราชวงศ์ปราสาททอง และ 5) ราชวงศ์บ้านพลูหลวง กรุงศรีอยุธยา ได้เสียเอกราชแก่พม่า 2 ครั้ง ครั้งแรกในพุทธศักราช 2112 สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงกู้เอกราชคืนมาได้ในปีพุทธศักราช 2127 และเสียกรุงศรีอยุธยาในครั้งที่ 2 ใน พุทธศักราช 2310 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงกอบกู้เอกราชได้ในปลายปีเดียวกัน และพระองค์ทรงสถาปนารัฐธนบุรีเป็นราชธานีแห่งใหม่ของไทย โดยอพยพราษฎรจากกรุงศรีอยุธยาไปยังกรุงธนบุรีเพื่อสร้างเมืองใหม่ แต่กรุงศรีอยุธยาก็ยังคงมีราษฎรที่รักถิ่นฐานบ้านเกิดที่เคยอยู่อาศัย และราษฎรที่หลบหนีจากการอพยพมาอยู่รวมตัวกัน ซึ่งต่อมาได้รับการยกย่อง ให้เป็นเมืองจัตวา เรียกว่า “เมืองกรุงเก่า”

ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงยกเมืองกรุงเก่าขึ้นเป็นหัวเมืองจัตวาเช่นเดียวกับสมัยกรุงธนบุรี ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้จัดการปฏิรูปการปกครองทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยการปกครองส่วนภูมิภาคนั้นโปรดให้จัดการปกครองแบบเทศาภิบาลขึ้น โดยให้รวมเมืองที่ใกล้เคียงกัน 3-4 เมือง แล้วประกาศให้เป็นมณฑล ให้มีข้าหลวงเทศาภิบาลเป็นผู้ปกครอง โดยในปีพุทธศักราช 2438 ทรงโปรดให้ตั้งเป็นมณฑลกรุงเก่าขึ้น โดยมีหัวเมืองต่าง ๆ คือ กรุงเก่าหรืออยุธยา อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี พรหมบุรี อินทร์บุรี และสิงห์บุรี ต่อมาโปรดให้รวมเมืองอินทร์และเมืองพรหมเข้ากับเมืองสิงห์บุรี ตั้งที่ว่าการมณฑลขึ้นที่อยุธยา และในปีพุทธศักราช 2469 เปลี่ยนชื่อจากมณฑลกรุงเก่าเป็นมณฑลอยุธยา ซึ่งการจัดตั้งมณฑลอยุธยา ทำให้อยุธยาเป็นเมืองศูนย์กลางที่มีความสำคัญทางการบริหาร และการปกครองมากขึ้น มีการสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ ส่งผลให้เมืองอยุธยามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมีการประกาศยกเลิกการปกครองระบบเทศาภิบาล ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองพุทธศักราช 2475 อยุธยาจึงเปลี่ยนฐานะเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาถึงปัจจุบัน

ในปีพุทธศักราช 2489 เป็นสมัยที่ จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีนโยบายบูรณะโบราณสถานภายในเมืองอยุธยาเพื่อเป็นการฉลองยี่สิบห้าพุทธศตวรรษ ประกอบกับ



ในปีนั้นนายกรัฐมนตรีประเทศพม่าเดินทางมาเยือนประเทศไทยและมอบเงินจำนวน 200,000 บาท เพื่อบูรณะและปฏิสังขรณ์วัดและองค์พระมิ่งมงคลพิตร ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นการบูรณะโบราณสถาน ในอยุธยาอย่างจริงจัง ด้วยความที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีสมบัติที่มีคุณค่าทาง วัฒนธรรมเป็นจำนวนมากองค์การยูเนสโกจึงมีมติประกาศขึ้นทะเบียน นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาเป็น "มรดกโลก" เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พุทธศักราช 2534 มีพื้นที่ครอบคลุม ในบริเวณโบราณสถานเมืองอยุธยา

จากข้อความที่บันทึกไว้บนหลักแสดงถึงการเป็นเมืองมรดกโลกของอยุธยาซึ่งตั้งอยู่บริเวณ ด้านหน้าของวิหารหลวงพ่อมงคลพิธ ได้กล่าวถึงเหตุผลที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับการยกย่อง ให้เป็นเมืองมรดกโลกด้วยเหตุผลดังนี้

1) อยุธยามีทำเลที่ตั้งเมืองอยู่ในตำแหน่งที่เป็นที่ตั้งของชุมชนริมแม่น้ำ มีการออกแบบ ผังเมืองอย่างซับซ้อน เหมาะสมกับชุมชนที่อาศัยการสัญจรทางน้ำเป็นหลักอันเป็นธรรมชาติของการตั้งถิ่นฐานแบบไทย ๆ ลักษณะดังกล่าวเอื้ออำนวยต่อการป้องกันรักษาพระนครจากการรุกราน ของข้าศึกศัตรู และสามารถจัดระบบสาธารณสุขไปภาคได้อย่างเหมาะสมกับสังคมเมืองจนสามารถพัฒนา สู่ความรุ่งเรืองในยามสงบสุข

2) อยุธยาเป็นแม่แบบการสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ทั้งทางด้านการจัดวางระเบียบ ผังเมือง การก่อสร้างสถานที่สำคัญต่าง ๆ ความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรม ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิต ของประชาชน

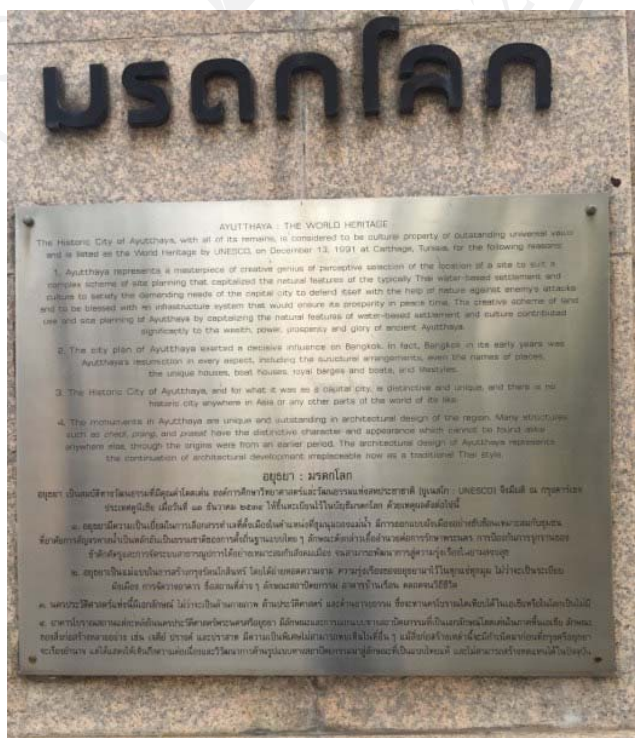
3) ความเป็นเอกลักษณ์ในด้านการเป็นนครประวัติศาสตร์ทั้งด้านกายภาพ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมา ที่จะหาค้นประวัติศาสตร์ใด ๆ เทียบไม่ได้

4) โบราณสถานในนครประวัติศาสตร์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีลักษณะและ การออกแบบของสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ เช่น เจดีย์ พระปรางค์ และปราสาท ฯลฯ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะ ไม่สามารถพบเห็นในสถานที่อื่น ๆ แม้ว่าสิ่งก่อสร้างเหล่านี้จะมีกำเนิดมาก่อนที่กรุงศรีอยุธยา จะเรืองอำนาจแต่ได้แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องและวิวัฒนาการทางด้านรูปแบบและสถาปัตยกรรม ที่มีลักษณะที่เป็นไทยแท้และไม่สามารถสร้างทดแทนได้

ภาพที่ 2.1: อยุธยาเมืองมรดกโลก



ภาพที่ 2.2: ข้อความบันทึกเหตุผลที่อยุธยาได้รับการประกาศเป็นเมืองมรดกโลก



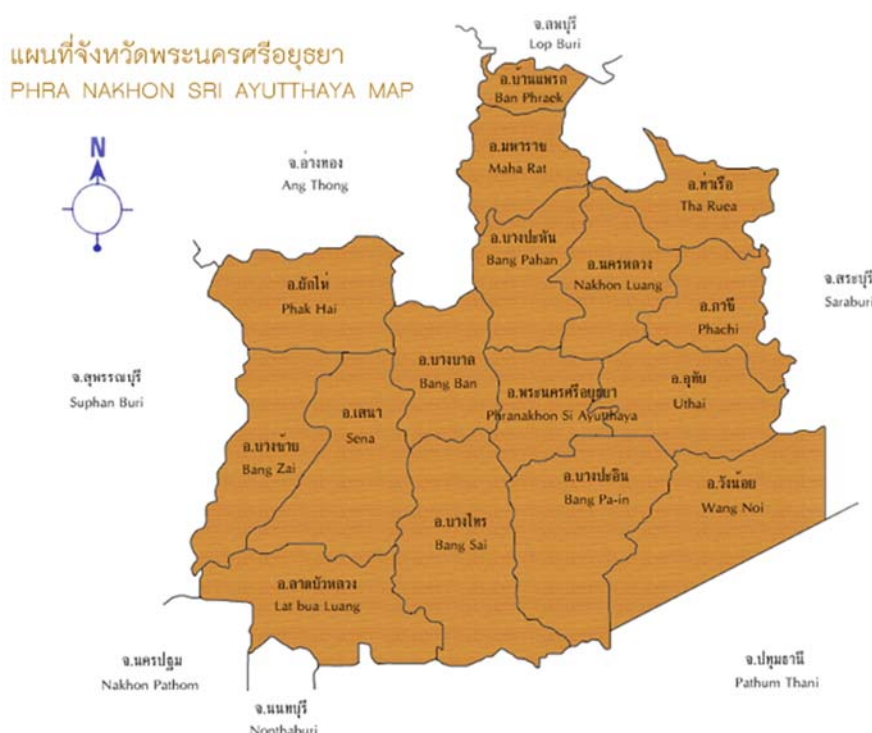


ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มในภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ระยะทางจากกรุงเทพมหานครทางถนนสายเอเชีย 75 กิโลเมตร ทางรถไฟ 72 กิโลเมตร และทางเรือ 103 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง มีแม่น้ำที่สำคัญไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำน้อย มีลำคลองใหญ่น้อยเชื่อมต่อกับแม่น้ำเกือบทั่วบริเวณพื้นที่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ

- 1) ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอ่างทองและจังหวัดลพบุรี
- 2) ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี
- 3) ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี
- 4) ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาพที่ 2.3: แผนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ที่มา: สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). *แผนที่จังหวัด*. สืบค้นจาก <https://ww2.ayutthaya.go.th/content/map>.

Museum Thailand (2560) ได้กล่าวถึงนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หรือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สาเหตุที่ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกนั้นกรมศิลปากร ได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินของโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 102 ลงวันที่ 17 สิงหาคม พุทธศักราช 2519 พื้นที่ 1,810 ไร่ และในปีพุทธศักราช 2540 กรมศิลปากรได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินของโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาเพิ่มเติม ให้มีเขตที่ดินครอบคลุมถึงพื้นที่เกาะเมืองอยุธยาและพื้นที่รอบนอกเกาะเมืองทุกด้าน รวมพื้นที่โบราณสถาน ประมาณ 3,000 ไร่

ภาพที่ 2.4: ที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



ที่มา: อยุธยาใกล้แค่นี้ จะไปเมื่อไรก็ได้...แล้วเมื่อไรจะไปได้. (2562). สืบค้นจาก

<https://breathemyworld.com/2019/05/31/>.

ปัจจุบันนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีการขยายตัวทางกายภาพอย่างมากเพื่อสร้างที่อยู่อาศัยหรือการสร้างอาคารต่าง ๆ ทำให้บังคับทัศนียภาพและความสวยงามของโบราณสถานต่าง ๆ ประกอบกับการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ทำให้มีการพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านสิ่งก่อสร้าง

และด้านการอำนวยความสะดวก แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวก็ยังนิยมที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจของ Edtguide พบว่า สถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยาคือ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดมงคลพิตร วัดใหญ่ไชยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดท่ากาห้อง วัดมหาธาตุ วัดนิเวศธรรมประวัติราชวิหาร และพระราชวังบางปะอิน (“รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา”, 2562) ซึ่งสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำเป็นต้องได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากหน่วยงานของทางราชการ โดยเฉพาะท้องถิ่นที่ต้องมีความเข้าใจในการพัฒนาเมืองที่เป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของชาติจะต้องดูแลหรือพัฒนาปรับปรุงอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายและทำลายคุณค่าของความเป็นเมืองเก่าที่ได้รับการยอมรับเป็นเมืองมรดกโลก

#### อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

1) ที่ตั้ง อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่ภายในเกาะเมืองอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือประมาณ 35 กิโลเมตร กรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีจำนวนพื้นที่ทั้งหมด 1,810 ไร่

2) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ก่อนที่จะมีการสถาปนากรุงศรีอยุธยาขึ้นในพุทธศักราช 1893 โดยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) นั้นนักวิชาการเชื่อว่า มีบ้านเมืองตั้งอยู่แต่เดิมแล้ว ชื่อเมืองอโยธยา หรืออโยธยาศรีรามเทพนคร ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา โดยมีหลักฐานเป็นวัดที่สำคัญ เช่น วัดมเหยงค์ วัดอโยธยา และนอกจากนั้นในพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐอักษรนิติ์ ยังได้บันทึกถึงการสร้างพระพุทธรูปที่ชื่อ พระเจ้าพแนงเชิง ซึ่งเป็นพระประธานในโบสถ์วัดพนัญเชิงว่าสร้างขึ้นก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา 26 ปี และโดยที่กรุงศรีอยุธยาตั้งอยู่ในลักษณะที่เป็นเกาะเมืองและมีแม่น้ำสำคัญโอบล้อมถึง 3 สายด้วยกัน คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก และแม่น้ำลพบุรี ส่งผลให้เป็นเมืองที่มีพื้นที่อุดมสมบูรณ์และเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมทางน้ำ และนับว่าเป็นปราการทางธรรมชาติที่สำคัญในการป้องกันศัตรูมารุกราน กรุงศรีอยุธยาจึงนับว่าเป็นราชธานีใหญ่ที่สามารถกุมอำนาจเหนือเมืองใกล้เคียงได้เป็นเวลายาวนาน

กรุงศรีอยุธยาเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในพุทธศตวรรษที่ 21-23 มีชาวต่างชาติทั้งจากทวีปเอเชียและทวีปยุโรปเข้ามาค้าขายทางเรือ ส่วนมากมีความสัมพันธ์ทางการทูตด้วย บางชาติก็ได้รับพระราชทานที่ดินสำหรับตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน สถานการค้า และศาสนสถาน โดยหมู่บ้านของชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะอยู่นอกตัวเมือง มีเฉพาะชาวจีน ชาวฮินดู และชาวมุสลิมเพียงบางกลุ่มซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับราชสำนักเท่านั้นที่ได้รับพระบรมราชานุญาตให้สร้างบ้านเรือนอยู่ในเมือง นอกจากนั้นกรุงศรีอยุธยายังเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งในด้านการปกครอง กฎหมาย ระบบทางสังคม ด้านการศาสนา

วัฒนธรรมประเพณี สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ภาษา วรรณกรรม นาฏดุริยางคศิลป์ และศิลปะวิทยาการต่าง ๆ ที่คนไทยในอาณาจักรอยุธยาได้สั่งสมไว้ ซึ่งได้สืบทอดและพัฒนาต่อมา ในสมัยธนบุรีและสมัยรัตนโกสินทร์จวบจนทุกวันนี้

3) โบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

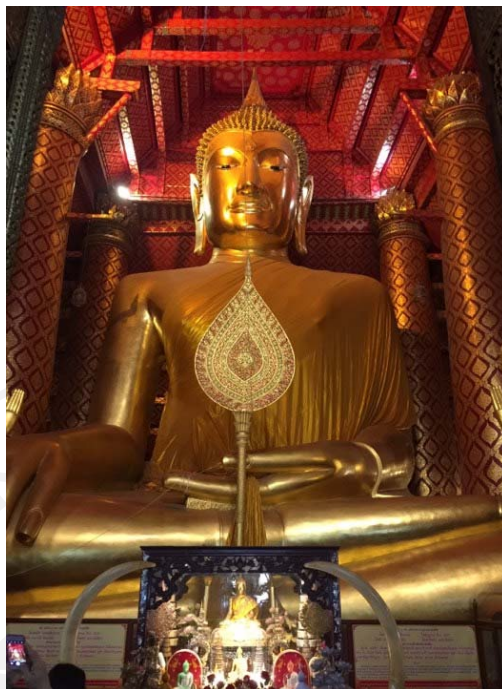
3.1) วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ตั้งอยู่ปากน้ำแม่เปี้ยหรือทางทิศใต้ของแม่น้ำป่าสัก ตรงข้ามกับเกาะเมืองของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นวัดเก่าสร้างในสมัยอยุธยาเป็นราชธานี (ก่อนสมัยอยุธยาเป็นราชธานี) พระเจ้าดวงเกรียงกษัตริย์ หรือพระเจ้าสายน้ำผึ้ง เจ้าเมืองเสนาราชนคร ได้สร้างวัดนี้ขึ้นในปีพุทธศักราช 1867 ตรงสถานที่ที่พระราชทานเพลิงศพพระนางสร้อยดอกหมาก เพื่อให้เป็นอนุสรณ์แด่พระนางสร้อยดอกหมากผู้เป็นพระอัยยิกาพระเจ้าศรีธรรมโศกราช (สมเด็จพระเอกาทศรถ) ซึ่งพระเจ้าศรีธรรมโศกราช(สมเด็จพระเอกาทศรถ) เป็นผู้สร้างพระเจ้าพะเนางเชิง คือ องค์พระพุทธรูปไตรรัตนนายก (หลวงพ่อดำ) โดยสร้างเป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัย มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย คือ มีหน้าตักกว้าง 20.17 เมตร สูง 19 เมตร ต่อมา ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ทรงพระราชทานนามใหม่ว่า “พระพุทธรูปไตรรัตนนายก”

ภาพที่ 2.5: วัดพนัญเชิงวรวิหาร

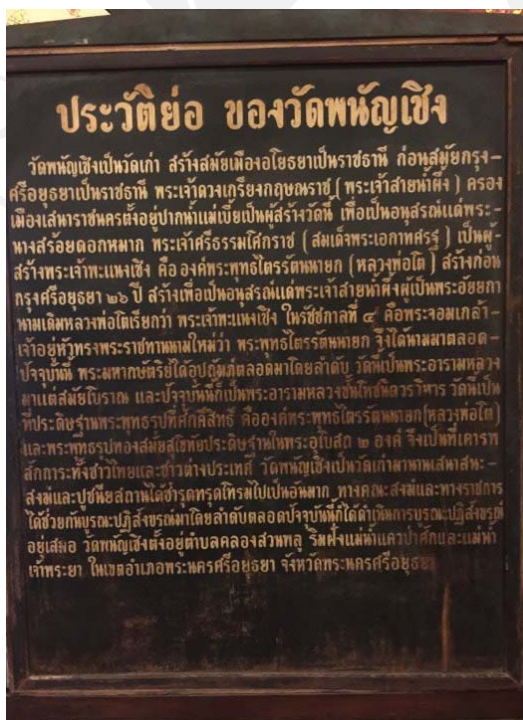




ภาพที่ 2.6: พระพุทธไตรรัตนนายก (หลวงพ่อดำ วัดพนัญเชิงวรวิหาร)



ภาพที่ 2.7: ประวัติย่อของวัดพนัญเชิง



ภาพที่ 2.8: พระพุทธรูปทอง พระพุทธรูปนาก ในวัดพนัญเชิง



ภาพที่ 2.9: ประวัติของพระพุทธรูปทอง พระพุทธรูปนาก



ภาพที่ 2.10: ศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมากซึ่งตั้งอยู่ในวัดพนัญเชิง



ภาพที่ 2.11: รูปปั้นของเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก





ภาพที่ 2.12: เทพเจ้าต่าง ๆ ภายในศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก



3.2) วัดมงคลบพิตร ตั้งอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีพระมงคลบพิตรซึ่งเป็นพระพุทธรูปสัมฤทธิ์เป็นพระประธานในอุโบสถ ครั้นถึงแผ่นดินของสมเด็จพระเจ้าเสือ มีอสนีบาตยอดมณฑปเกิดไฟไหม้ ทำให้ส่วนบนขององค์พระมงคลบพิตรมีความเสียหาย จึงโปรดให้ก่อสร้างใหม่แปลงเป็นพระวิหารแทน เมื่อเสียกรุงครั้งที่ 2 วิหารที่ประดิษฐานพระมงคลบพิตรถูกไฟไหม้จึงได้มีการปฏิสังขรณ์ใหม่ทั้งพระวิหารและองค์พระมงคลบพิตร ส่วนบริเวณข้างวิหารพระมงคลบพิตรทางด้านทิศตะวันออกเดิมเป็นสนามหลวงใช้เป็นที่สำหรับสร้างพระเมรุพระบรมศพของพระมหากษัตริย์และเจ้านายเช่นเดียวกับสนามหลวงของกรุงเทพฯ



ภาพที่ 2.13: วัดมงคลบพิตร

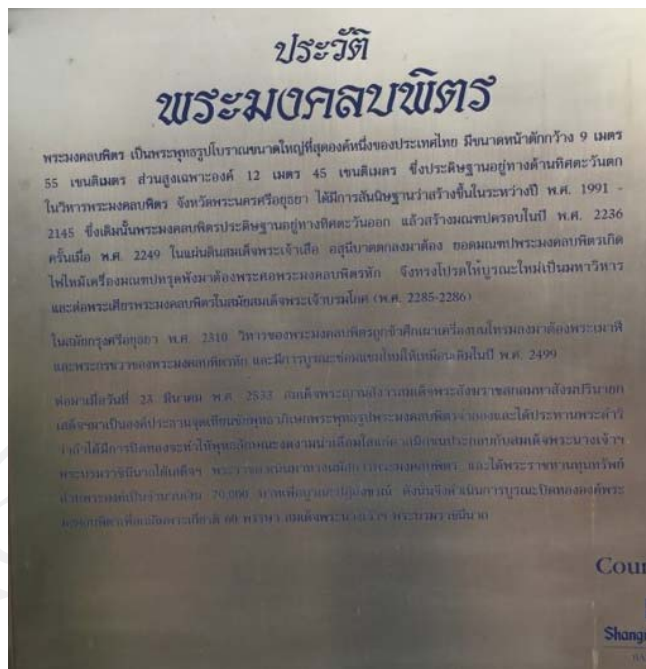


ที่มา: รวบรวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.14: หลวงพ่อโตวัดมงคลบพิตร หรือหลวงพ่อมงคลบพิตร



ภาพที่ 2.15: ประวัติหลวงพ่อมงคลบพิตร



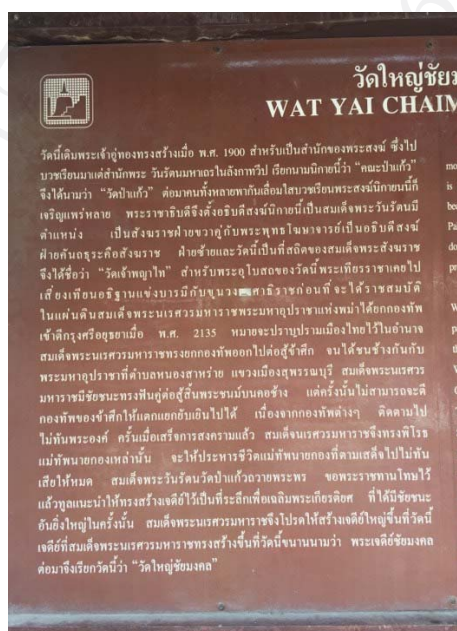
3.3) วัดใหญ่ชัยมงคล ตั้งอยู่ริมถนนทางหลวงหมายเลข 3059 อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พระเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้สร้างขึ้นเมื่อพุทธศักราช 1900 เพื่อใช้เป็นสำนักของสงฆ์ที่บวชเรียนมาจากสำนักพระวันรัตน์มหาเถรในทวีปลังกา มีชื่อนิกายว่า “คณะป่าแก้ว” จึงได้ชื่อว่า “วัดป่าแก้ว” ต่อมาคนทั้งหลายพากันเลื่อมใสบวชเรียนเพิ่มขึ้น พระสงฆ์นิกายนี้ก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น พระราชาธิบดีจึงแต่งตั้งอธิบดีสงฆ์ของนิกายนี้เป็น “สมเด็จพระวันรัตน์” มีตำแหน่งเป็นพระสังฆราชฝ่ายขวาคู่กับพระพุทโธษาจารย์ ซึ่งเป็นอธิบดีสงฆ์ฝ่ายคันถธุระ หรือพระสังฆราชฝ่ายซ้าย และวัดป่าแก้วนี้เป็นสถานที่สถิตของสมเด็จพระสังฆราช จึงได้ชื่อว่า “วัดเจ้าพญาไท” สำหรับอุโบสถของวัดนี้ พระเพ็ญราชาเคยไปเสด็จเพ็ญอธิษฐานเพื่อแข่งบารมีกับขุนนางวงศ์ธรรมากรก่อนที่จะได้รับราชสมบัติในแผ่นดินสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระมหาอุปราชจากเมืองพม่ายกกองทัพเข้าตีกรุงศรีอยุธยาเมื่อพุทธศักราช 2135 หมายจะปราบปรามเมืองไทยไว้ในอำนาจ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงยกกองทัพออกไปต่อสู้ข้าศึกและชนช้างกับพระมหาอุปราชที่ตำบลหนองสาหร่าย แขวงเมืองสุพรรณบุรี สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงมีชัยชนะ ทรงฟันคู่ต่อสู้สิ้นพระชนม์บนคอช้าง แต่ตีกองทัพของข้าศึกให้แตกยับเยินไปไม่ได้ เนื่องจากกองทัพต่าง ๆ ติดตามไปไม่ทันพระองค์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงพิโรธแม่ทัพและนายกองเหล่านั้นจะให้ประหารชีวิตบรรดาแม่ทัพนายกองที่ตามเสด็จไปไม่ทันทั้งหมด สมเด็จพระวันรัตน์วัดป่าแก้ว ได้ถวายพระพรขอพระราชทานโทษไว้แล้วทูลแนะนำให้ทรงสร้างเจดีย์ไว้เป็น

ที่ระลึกเพื่อเฉลิมพระเกียรติยศที่ได้มีชัยชนะอันยิ่งใหญ่ในครั้งนั้น สมเด็จพระนเรศวรมหาราชจึงได้โปรดให้สร้างเจดีย์ใหญ่ขึ้นที่วัดนี้ และได้รับการขนานนามว่า พระเจดีย์ชัยมงคล ต่อมาจึงเรียกวัดนี้ว่า “วัดใหญ่ชัยมงคล”

ภาพที่ 2.16: วัดใหญ่ชัยมงคล



ภาพที่ 2.17: ประวัตินวัดใหญ่ชัยมงคล





ภาพที่ 2.18: พระพุทธชินราชในวิหารของวัดใหญ่ชัยมงคล

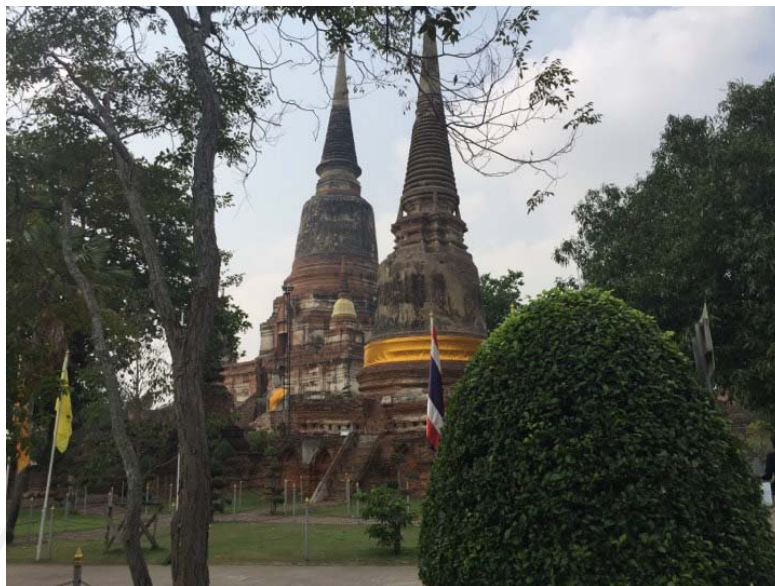


ภาพที่ 2.19: เจดีย์วัดใหญ่ชัยมงคล



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.20: เจดีย์คู่ในวัดใหญ่ชัยมงคล



ภาพที่ 2.21: พระนอนที่วัดใหญ่ชัยมงคล



3.4) วัดไชยวัฒนาราม ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 52 ตอนที่ 75 ลงวันที่ 8 มีนาคม 2478 ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศตะวันตกนอกเกาะเมืองอยุธยาในพื้นที่ตำบลบ้านป้อม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัดไชยวัฒนารามนี้เดิมมีชื่อว่า “วัดไชยาราม” และ “วัดไชยชนะการาม” เป็นพระอารามหลวงในสมัยอยุธยาที่สร้างขึ้นในปีพุทธศักราช 2173 ตรงกับรัชสมัยของ

สมเด็จพระเจ้าปราสาททอง โดยพระองค์ทรงสถาปนาเป็นวัดฝ่ายอรัญวาสี ณ บริเวณที่ดินซึ่งเป็น  
 นิเวศสถานของพระราชชนนี ทรงสร้างเพื่ออุทิศถวายพระราชชนนี และเฉลิมพระเกียรติพระองค์  
 ที่มีชัยชนะต่อการรบกับเขมร และวัดนี้ยังมีความสำคัญอีกประการหนึ่งคือเป็นที่ฝังพระศพของ  
 เจ้าฟ้าธรรมาธิเบศ ซึ่งเป็นกวีเอกสมัยอยุธยาตอนปลายกับเจ้าฟ้าสังวาลย์ ซึ่งถูกพระราชอาญาโดย  
 จนสิ้นพระชนม์ในรัชสมัยของพระเจ้าบรมโกศ วัดไชยวัฒนารามนี้มีสถาปัตยกรรมหลักของวัด ได้แก่  
 กลุ่มปราสาท 5 องค์ที่ล้อมรอบด้วยระเบียงคต มีอาคารทรงปราสาทยอดตั้งอยู่กึ่งกลาง และมุมระเบียง  
 คตของทุกด้าน เรียกว่า “เมรุทิศ-เมรุราย” รูปแบบสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ตลอดจนแผนผังใน  
 การก่อสร้างโบราณสถานภายในวัดแสดงให้เห็นถึงพระราชนิยมของสมเด็จพระเจ้าปราสาททองที่  
 ได้รับอิทธิพลความเชื่อในรูปแบบเทวราชของขอมเข้ามาในรัชสมัยของพระองค์ ปัจจุบันวัดไชยวัฒนาราม  
 เป็นวัดร้างสิ่งก่อสร้างที่เหลืออยู่ ได้แก่ พระปราสาทศรีรัตนมหาธาตุและเจดีย์เรียงรายรอบ  
 พระระเบียงคตของพระปราสาท

ภาพที่ 2.22: กลุ่มปราสาท 5 องค์ ล้อมรอบด้วยระเบียงคตของวัดไชยวัฒนาราม





ภาพที่ 2.23: เจดีย์วัดไชยวัฒนาราม

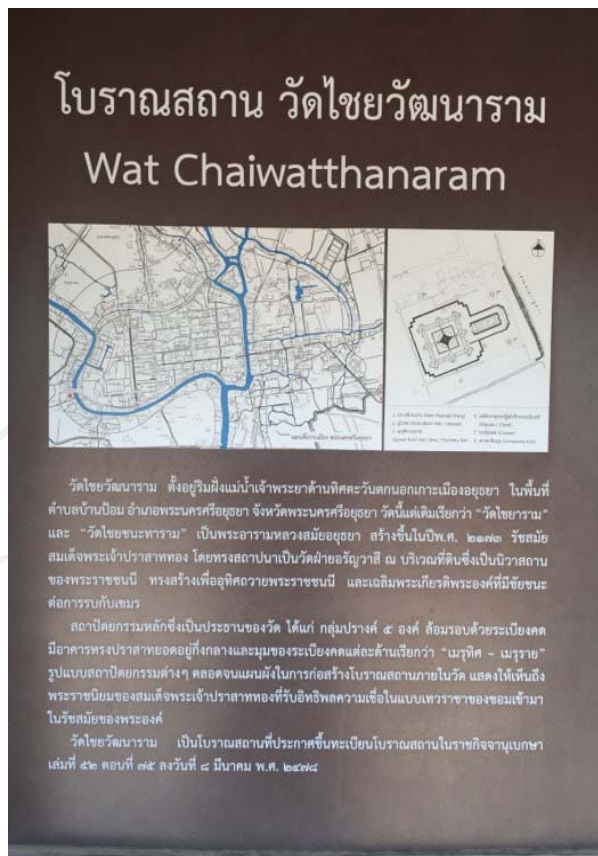


ภาพที่ 2.24: พระปรารักษ์และเจดีย์วัดไชยวัฒนาราม



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.25: แผนที่ผังและประวัติวัดไชยวัฒนาราม



3.5) วัดท่าการ้อง ตั้งอยู่ที่อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัดนี้เป็นวัดเก่าในสมัยอยุธยา ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางด้านทิศตะวันตกของเมืองพระนครศรีอยุธยา ระหว่างชุมชนอิสลาม 2 หมู่บ้าน คือ บ้านท่ากับบ้านการ้อง นับเป็นวัดของพุทธศาสนาที่ตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชนของชาวมุสลิม วัดท่าการ้องเป็นวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมแวะมาสักการะพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ที่มีนามว่า "พระพุทธรัตนมงคผล" หรือ "หลวงพ่อยิ้ม" ซึ่งสันนิษฐานกันว่า "หลวงพ่อยิ้ม" สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น ในช่วงนั้นเป็นช่วงที่บ้านเมืองมีความเจริญรุ่งเรืองและสงบสุข ดังจะเห็นได้จากพระพุทธรูปลักษณะที่มีความงดงามและพระพักตร์ของหลวงพ่อยิ้มที่มีความเมตตา นอกจากนั้นทางวัดท่าการ้องได้ตกแต่งบริเวณวัดให้มีความสวยงามด้วยไม้ดอกไม้ประดับที่มีความเป็นระเบียบ รวมทั้งมีห้องน้ำที่ตกแต่งสวยงามจนได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด สุดยอดสวนแห่งปีระดับประเทศ ปีพุทธศักราช 2549 ประเภทวัดและศาสนสถาน



ภาพที่ 2.26: วัดท่ากาห้อง



ภาพที่ 2.27: พระพุทธรัตนมงคล (หลวงพ่อยิ้ม วัดท่ากาห้อง)



ภาพที่ 2.28: ศาลาเก่าสมัยอยุธยาของวัดท่าการ้อง



3.6) วัดมหาธาตุ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าवासุมภรี อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัดมหาธาตุสร้างขึ้นเมื่อปี พุทธศักราช 1927 ตรงกับสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดี โดยการก่อสร้างมีลักษณะสถาปัตยกรรมของพระมหาธาตุ (ปราสาท) เป็นแบบแรกของสมัยอยุธยา ได้รับอิทธิพลมาจากขอม ชั้นล่างก่อสร้างด้วยศิลาแลงแต่ที่เสริมใหม่ในปัจจุบันเป็นอิฐปูน ต่อมาในสมัยของสมเด็จพระเจ้าปราสาททองได้บูรณะปฏิสังขรณ์พระปราสาทใหม่โดยเสริมให้สูงกว่าเดิม แต่ในปัจจุบันนี้ยอดของพระปราสาทได้พังลงมาเหลือเพียงชั้นมุขเท่านั้น และเมื่อปีพุทธศักราช 2499 กรมศิลปากรดำเนินการขุดแต่งพระปราสาทแห่งนี้ ปรากฏว่าได้พบของโบราณหลายชิ้นที่สำคัญคือ ผนวศิลาที่ภายในมีสลูปล 7 ชั้น แบ่งออกเป็น ชิน เงิน นาก ไม้ดำ ไม้จันทร์แดง แก้วโกเมน และทองคำ

ภาพที่ 2.29: วัดมหาธาตุ



ภาพที่ 2.30: พระปรางค์วัดมหาธาตุ





3.7) วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ตั้งอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ฝั่งตรงข้ามกับพระราชวังบางปะอิน รัชกาลที่ 5 โปรดให้สร้างขึ้นเลียนแบบโบสถ์ฝรั่งเมื่อปี พุทธศักราช 2421 เพื่อประกอบศาสนกิจ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นวัดหลวงคู่กับพระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหารมีพระอุโบสถ อาคารและการตกแต่งเป็นแบบศิลปะโกธิค ลักษณะเด่นคือ มียอดแหลมสูง ผนังพระอุโบสถมีกระจกสีประดับอย่างสวยงาม เพื่อให้แสงผ่านเข้ามาเป็น สีต่าง ๆ ภายในพระอุโบสถมีพระประธานปางสมาธิประทับในซุ้มเรือนแก้ว ออกแบบโดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าประดิษฐวรการ มีนามว่า “พระพุทธรูปนิเวศธรรมโฆภาส” การประดับตกแต่ง ภายในเป็นแบบฝรั่งเศส แม้แต่ฐานที่ประดิษฐานพระประธาน คือ พระพุทธรูปนิเวศธรรมโฆภาสและ พระสาวกก็ทำเป็นฐานที่เหมือนที่ตั้งไม้กางเขนในโบสถ์คริสต์ ด้านหน้าพระประธานเป็นภาพ ประดิษฐานกระจกสีพระบรมฉายาลักษณ์ของรัชกาลที่ 5 มีหอประดิษฐานพระคันธารราช ซึ่งเป็น พระพุทธรูปยืนปางขอฝนอยู่ทางด้านขวามือพระอุโบสถ นอกจากนี้ยังเป็นหอประดิษฐานพระพุทธรูป ศิลาก่อแก้ว ศิลปะลพบุรีปางนาคปรก ซึ่งเป็นฝีมือของช่างขอมอายุเก่าแก่นับพันปี พระนาคปรกนี้ ตั้งอยู่ใกล้กับต้นพระศรีมหาโพธิ์ใหญ่บริเวณหน้าพระอุโบสถ

ภาพที่ 2.31: วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร





ภาพที่ 2.34: พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.35: พระอุโบสถวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหารระยะไกล



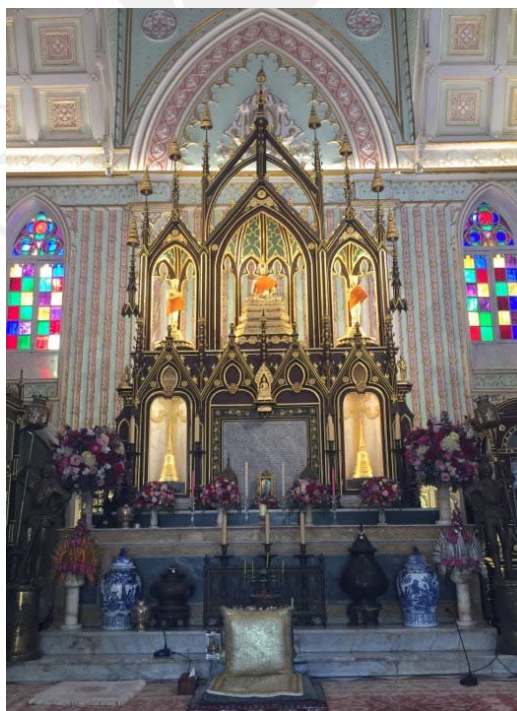


ภาพที่ 2.36: ภายในพระอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.37: ฐานที่ประดิษฐานพระประธาน คือ พระพุทธรูปมณฑลรัตนโมฬีที่มีลักษณะเหมือนที่ตั้งไม้กางเขนในโบสถ์คริสต์



ภาพที่ 2.38: พลับพลาที่ประทับของรัชกาลที่ 5 ภายในอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติ

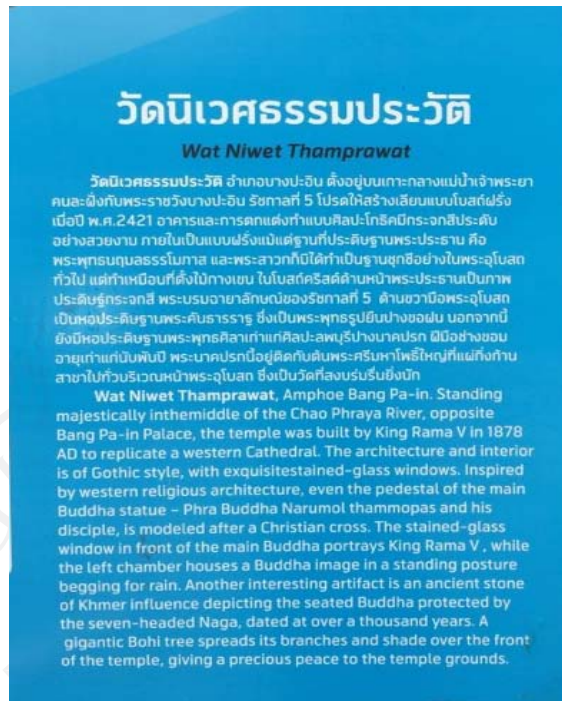


ภาพที่ 2.39: นาฬิกาแดดตั้งอยู่ที่ด้านหน้าอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติ





ภาพที่ 2.40: ประวัติของวัดนิเวศธรรมประวัติ



ภาพที่ 2.41: ประวัติพระอุโบสถของวัดนิเวศธรรมประวัติ



3.8) พระราชวังบางปะอิน ตั้งอยู่ในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พระเจ้าปราสาททอง หรือพระศรีสรรเพชญ์ที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังแห่งนี้ บนเกาะบ้านเลนในลำแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งมีบันทึกไว้ในพระราชพงศาวดารว่าพระเจ้าปราสาททอง เป็นพระราชโอรสของสมเด็จพระเอกาทศรถที่ประสูติจากหญิงชาวบ้านเมื่อครั้งเสด็จพระราชดำเนิน โดยเรือพระที่นั่งแล้วเรือพระที่นั่งล่มลงตรงเกาะบางปะอิน ต่อมาพระเจ้าปราสาททองขึ้นครองราชย์ ในปีพุทธศักราช 2173 จากนั้นในปีพุทธศักราช 2175 พระเจ้าปราสาททองจึงทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดขึ้นวัดหนึ่งบนเกาะบางปะอินตรงบริเวณเคหะสถานเดิมของพระมารดา พระราชทานชื่อวัดนี้ว่า “วัดชุมพลนิกายาราม” และให้ขุดสระน้ำ พร้อมทั้งสร้างพระราชนิเวศน์สถาน ขึ้นกลางเกาะเป็นที่สำหรับเสด็จประพาสแล้วสร้างพระที่นั่งองค์หนึ่งขึ้นริมสระน้ำนั้น พระราชทาน นามว่า “พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพย์อาสน์” พระราชวังแห่งนี้เป็นที่ประพาสสำราญพระราชอุทยานของ พระเจ้าแผ่นดินในสมัยกรุงศรีอยุธยาตลอดมาและเริ่มทรุดโทรมตั้งแต่ครั้งเสียกรุงศรีอยุธยาใน ปีพุทธศักราช 2310 เป็นต้นมา

พระราชวังบางปะอินได้รับการบูรณะฟื้นฟูอีกครั้งในสมัยรัชกาลที่ 4 แห่ง กรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระที่นั่ง ขึ้นมาองค์หนึ่งสำหรับเป็นที่ประทับ มีเรือนแถวสำหรับฝ่ายในและมีพลับพลาาริมน้ำ เป็นต้น ต่อมา ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) พระองค์ทรงโปรดที่จะเสด็จ ประพาสไปยังพระราชวังบางปะอินเป็นประจำ ด้วยทรงปรารถนาว่าเป็นสถานที่ที่มีความสงบร่มรื่น และเป็นเกาะอยู่กลางน้ำ อีกทั้งยังเคยเป็นที่ประทับในการเสด็จประพาสของสมเด็จพระบรมชนกนาถ มาก่อน จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระที่นั่งและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ขึ้น ปัจจุบันพระราชวัง บางปะอินยังคงใช้เป็นที่ประทับของราชวงศ์ เป็นสถานที่ต้อนรับและพระราชทานเลี้ยงรับรองใน โอกาสต่าง ๆ

พระราชวังบางปะอินมีการจัดสร้างสิ่งก่อสร้างและแบ่งเขตของการก่อสร้างต่าง ๆ อย่างชัดเจน คือ เขตพระราชฐานชั้นนอกและเขตพระราชฐานชั้นใน มีรายละเอียดดังนี้

1) เขตพระราชฐานชั้นนอก ประกอบไปด้วยพระที่นั่งซึ่งพระบาทสมเด็จพระ เจ้าอยู่หัวทรงใช้สำหรับการออกมหาสมาคมและพระราชพิธีต่าง ๆ ในเขตพระราชฐานชั้นนอกของ พระราชวังบางปะอินมีสิ่งก่อสร้างที่สำคัญได้แก่ หอเหมมณเฑียรเทวราช สภาคารราชประยูร พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพย์อาสน์ และพระที่นั่งวโรภาชพิमान

2) เขตพระราชฐานชั้นใน เชื่อมต่อกับเขตพระราชฐานชั้นนอกด้วยสะพานเชื่อม ที่ถูกออกแบบที่มีลักษณะพิเศษ คือ มีแนวฉากเหมือนบานเกล็ดกั้นกลางตลอดแนวสะพานเพื่อใช้ สำหรับแบ่งทางเดินของฝ่ายหน้าและฝ่ายในให้เดินกันคนละด้าน โดยฝ่ายในสามารถมองเห็นฝ่ายนอก ได้โดยที่ฝ่ายนอกไม่สามารถมองเห็นฝ่ายในได้ ซึ่งสะพานนี้เชื่อมจากพระที่นั่งวโรภาชพิमानกับประตู

เทวราชครุไร ซึ่งเป็นประตูสำหรับเข้าพระราชฐานชั้นในที่มีที่ประทับ พลับพลา และศาลาต่าง ๆ ท่ามกลางพระราชอุทยานที่สวยงาม สิ่งก่อสร้างที่สำคัญในเขตพระราชฐานชั้นในประกอบด้วย พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร หอวิจิตรทัศนาศา พระที่นั่งเวหาสาธุประยูร พระตำหนักฝ่ายใน และอนุสาวรีย์ 2 แห่ง

ภาพที่ 2.42: พระราชวังบางปะอิน



ภาพที่ 2.43: แผนที่ของพระราชวังบางปะอิน





ภาพที่ 2.44: พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพย์อาสน์



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

ภาพที่ 2.45: หอวิฑูรย์ทัศนา



ที่มา: รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.

### 2.1.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นเป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ความสนใจในเรื่องของประวัติความเป็นมาต่าง ๆ ของอดีต ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สรุปได้ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้ได้มีแนวคิดที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้

วิฑูรย์ เหลียวรุ่งเรือง (2547, อ้างใน ทศพล ชื่นอุปการนันท์, 2549, หน้า 17-18)

กล่าวว่า การท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจและความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยมีสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ประกอบไปด้วย

- 1) รูปแบบทางวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีความเป็นอยู่ (Distinctive Cultural Patterns) รวมไปถึงธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย ระเบียบแบบแผนหรือวิถีชีวิตของชุมชน ศาสนา และการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของชุมชนนั้น ๆ
- 2) ความสนใจศิลปะท้องถิ่น (Art and Handicrafts) เช่น ดนตรี การละเล่น การฟ้อนรำ และศิลปหัตถกรรมที่ผลิตขึ้น
- 3) ความสนใจต่อเมืองและชุมชน (Urban and Community Area) ความแตกต่างของเมืองและชนบท อาคารบ้านเรือน ความเป็นอยู่ของผู้คนในเมือง ย่านศูนย์กลางเมือง ร้านค้า ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก สวนสาธารณะ
- 4) สถานที่จัดรูปแบบทางวัฒนธรรม (Museum and Other Cultural) สามารถบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม ชาติพันธุ์วิทยา งานศิลปะท้องถิ่น แม้กระทั่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- 5) ประเพณีและเทศกาลของชุมชน (Cultural Festivals) ความเชื่อและค่านิยมในท้องถิ่น หรืออิทธิพลทางศาสนา
- 6) ความเป็นมิตรของผู้คนในท้องถิ่น (Friendliness of Residents) อาจไม่ใช่สิ่งสำคัญในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ความเป็นมิตรและความซื่อสัตย์ของคนในชุมชนจะช่วยสร้างบรรยากาศและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้

สุณา ผาด่านแก้ว (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณคดีและทางประวัติศาสตร์เพื่อ ความเพลิดเพลิน และศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความเป็นมาต่าง ๆ ในท้องถิ่น โดยชุมชน และนักท่องเที่ยวต้องมีจิตสำนึกร่วมกันในการรักษาและอนุรักษ์ความมีคุณค่าของประวัติศาสตร์และ

โบราณคดีเหล่านั้น อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบที่มีคุณภาพเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

ทิพาพร ไตรบรรณ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความรู้ในเรื่องประวัติศาสตร์ของสถานที่นั้น ๆ โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าของโบราณสถานนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นการการท่องเที่ยวที่ต้องมีการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีจิตสำนึกในการรักษามรดกอันทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยที่คนในชุมชนนั้น ๆ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

สมจิตร อินทมน และปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการเดินทางไปในสถานที่ที่ประวัติศาสตร์ความเป็นมาทางวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) เช่น การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อเข้าใจเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การไปเยี่ยมชมสถานที่ที่มีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณสถานต่าง ๆ โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าของประวัติศาสตร์และโบราณสถานนั้น ๆ ทั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาคารสถานที่สิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุ ทั้งนี้ อาจจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อเยี่ยมชม หรือศึกษาหาความรู้ อันเป็นพื้นฐานสำหรับการปลูกจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นสามารถจำแนกประเภทต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1) การเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางเพื่อชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น หมู่บ้านญี่ปุ่น, หมู่บ้านโปรตุเกส เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวชมอนุสาวรีย์และรูปปั้นในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินในการชมอนุสาวรีย์และรูปปั้นที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระราชานุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทอง และพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวชมวัดที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินในการชมวัดที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดมหาธาตุ วัดมเหยงค์

วัดใหญ่ไชยมงคล เป็นต้น

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้กล่าวถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความต้องการและประโยชน์ของมนุษย์ทั้งที่เป็นมรดกโลกในอดีตและสร้างเสริมขึ้นมาในปัจจุบันที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อันเป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งอาจสรุปเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง อนุสาวรีย์ อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ ย่านประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ นครประวัติศาสตร์ ซากโบราณสถาน และแหล่งโบราณคดีทางประวัติศาสตร์

2) การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทโบราณวัตถุซึ่งเป็นสิ่งประดิษฐ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งของโบราณวัตถุ ซึ่งส่วนใหญ่จะเก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานเพื่อให้ประชาชนเข้าชมซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์หรืออารยธรรมอันยาวนานของประเทศตนเอง เช่น ภาพเขียนโบราณ สมบัติโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2554, อ้างใน ญาณธร เขียรถาวร, 2559, หน้า 18) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จัดได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดการท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ การชมอุทยานประวัติศาสตร์ การชมซากอารยธรรมของโบราณสถานต่าง ๆ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถานต่าง ๆ อาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม เป็นต้น โดยต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบอย่างมีคุณภาพด้วย

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นส่วนใหญ่จะเป็นเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและเยี่ยมชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด อนุสาวรีย์ และแหล่งวัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมเพียงอย่างเดียว หรือเพื่อศึกษาหาความรู้ควบคู่ไปด้วยก็ได้

#### 2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540, หน้า 1-10) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วยวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้บุคคลและชุมชนรอบด้านและตัวเองแล้วหาความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน โดยเน้นการศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาภูมิปัญญาสร้างสรรค์ ศึกษาวัฒนธรรมของชุมชน และสร้างจิตสำนึกในการเคารพในศักดิ์ศรี วิถีการดำรงชีวิตของแต่ละชุมชน และเคารพต่อวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้กล่าวถึงแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “มรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยววัฒนธรรม” นั้นหมายถึง ส่วนประกอบของธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีมรดกวัฒนธรรม และความสวยงามทางวัฒนธรรมพิเศษ ต่าง ๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น การแสดง พิพิธภัณฑสถาน แหล่งโบราณคดี และอื่น ๆ ในเขต ที่พัฒนาแล้ว มรดกวัฒนธรรมและสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมครอบคลุมถึงพิพิธภัณฑสถาน ละครเวที วงดุริยางค์ และการแสดงดนตรีแบบอื่น ๆ และสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมอาจรวมถึงการปฏิบัติกิจ พิธีทางศาสนาแบบดั้งเดิม งานฝีมือ และการแสดงทางวัฒนธรรม

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองอย่างดีทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการตระหนัก ถึงการท่องเที่ยวที่ต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ต้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวต้องได้รับความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วย โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีหลักที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

- 1) เป็นการเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ในเรื่องความสำคัญ คุณค่า และความเป็นมาของ วัฒนธรรมในชุมชนนั้น ๆ โดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ อันจะส่งผลให้เกิดจิตสำนึก ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีและความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนด้วย
- 2) ต้องมีวิธีการในการสร้างจิตสำนึกให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมและการมี ส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชุมชน
- 3) ต้องมีการให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิด ความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างความภาคภูมิใจในมรดกทาง วัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4) ต้องมีการเคารพวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนอื่น ตลอดจนการให้ความเคารพใน วัฒนธรรมและศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย

Richards (2001) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การเดินทางจากที่พักไปยัง สถานที่ที่มีสิ่งน่าสนใจทางวัฒนธรรม เพื่อหาประสบการณ์ความรู้ใหม่ ๆ และเพื่อสนองความต้องการ ชื่นชมวัฒนธรรมเหล่านั้น ซึ่งในความเห็นของ Richards การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมถึงแหล่งมรดก การแสดงศิลปะและวัฒนธรรมรูปแบบต่าง ๆ

ชนัญ วงษ์วิภาค, อมรชัย คหกิจโกศล, ลักขมณัฏ์ บุญเรือง และสว่าง เลิศฤทธิ์ (2547) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นที่แรงกระตุ้นการค้นคว้าหรือศึกษาเรียนรู้ ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เช่น การเดินทางเพื่อไปศึกษาเล่าเรียน การแสดงศิลปะ การเดินทางด้านวัฒนธรรมรูปแบบอื่น นอกจากนี้ยังรวมถึงการเดินทางไปร่วมเทศกาลและโอกาสทาง



วัฒนธรรมอื่น ๆ การไปเยือนวัฒนธรรมและอนุสาวรีย์ การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติ ศึกษาประเพณี จากคำบอกเล่า และดูงานศิลปะ หรือการเดินทางเพื่อแสวงบุญ

ชิตจันทร์ หังสสุต (2532, หน้า 9-13, อ้างใน วิธาน จีนาภักดิ์, 2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ศิลปะวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนในประเทศหรือต่างประเทศ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับ วัฒนธรรมที่น่าสนใจของเขาก็จะเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ และเพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบันและงานฉลอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้ให้ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ศึกษาหาความรู้ และชื่นชมคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดสืบทอดกันมาเป็นมรดกทาง วัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตของชุมชน วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้

วาริชต์ มัชยมบุรุษ (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางไปชมงานที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินสนุกสนาน ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องของ ความเชื่อ การเคารพในพิธีกรรมต่าง ๆ ของชุมชน มีความเข้าใจในสภาพสังคมและวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละชุมชน และเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี สามารถจำแนกประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือ การเดินทางไปชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนต่าง ๆ จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและศึกษาหาความรู้ในเรื่องของความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดจน สภาพสังคม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนนั้น ๆ

2) การท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) เป็นส่วนหนึ่งของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางไปในหมู่บ้านหรือชนบทที่มีลักษณะของ วัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีความโดดเด่น น่าสนใจ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 286) กล่าวว่า ลักษณะหรือรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมว่ามีหลักการสำคัญ 9 ประการ ดังนี้

1) ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยเน้นให้ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อสืบต่อถึงชนรุ่นหลังได้

2) มีการจัดการอย่างยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) ให้ความสำคัญและคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของชุมชนในด้านวัฒนธรรมและประเพณี

4) สามารถให้ความรู้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในชุมชนนั้น ๆ

5) ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์

6) มีการตลาดและการบริการการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์ของการอนุรักษ์อย่างแท้จริง และเน้นในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี

7) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับเพราะจะทำให้มีการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

8) สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

9) ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2556) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณีว่า ประกอบไปด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) คือ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินในการศึกษาหาความรู้และความเข้าใจในเรื่องทางโบราณคดีและทางประวัติศาสตร์ของชุมชนต่าง ๆ

2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือ การเดินทางไปเพื่อชมงานประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนได้จัดขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อหาความเพลิดเพลินในสุนทรียศิลป์ และเพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับความเชื่อ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) หมายถึง การเดินทางไปในหมู่บ้านหรือชุมชนในชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และมีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นและน่าสนใจ

Smith (2003, อ้างใน นิจิรา คลังสมบัติ, 2557, หน้า 32) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษสำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่

- 1) พื้นที่ที่มีแหล่งเป็นมรดก (Heritage) ซึ่งจะเกิดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรมหรือโบราณคดี
- 2) พื้นที่ประเภทที่มีความเป็นประวัติศาสตร์ (History) ซึ่งจะเกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์
- 3) พื้นที่ประเภทที่ปรากฏร่องรอยการอยู่อาศัยของชุมชน (Habitat) ซึ่งจะเกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนด้านวิถีชีวิต
- 4) พื้นที่ประเภทที่มีงานศิลปหัตถกรรม (Handicraft) ซึ่งจะเกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านงานศิลปะประเพณี

Bowman (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หรือทางโบราณคดีและที่พิพิธภัณฑสถาน หรือในสถานที่โบราณสถานอันเก่าแก่ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพราะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติและความเป็นมาของอารยธรรมและประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยก่อนมาถึงปัจจุบันว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร หรือการศึกษาสิ่งของและชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่อยู่ในพิพิธภัณฑสถานถือว่าการท่องเที่ยวที่ล้นบ่งบอกถึงเชิงวัฒนธรรมทั้งสิ้น
- 2) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษตั้งแต่ยุคสมัยก่อนประวัติศาสตร์ เช่น ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และงานแกะสลักต่าง ๆ ซึ่งทำให้เราเห็นถึงงานศิลปะและงานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ จากยุคสู่ยุคหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้เราได้เรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมาของคนรุ่นก่อนว่ามีวิถีชีวิตและความเป็นอยู่อย่างไร
- 3) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้าน รวมทั้งเทศกาลต่าง ๆ ที่มีมาแต่ช้านาน เพราะสิ่งเหล่านี้ทำให้เราได้ทราบถึงการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อนที่มีความเชื่ออย่างไร รวมทั้งมีการสืบทอดสิ่งดี ๆ เหล่านี้มาให้เยาวชนในรุ่นหลังมีโอกาสได้ชมความสวยงามและได้เห็นถึงความงดงามของจารีตประเพณี และมีการใช้ชีวิตด้วยความเชื่อ ความศรัทธา และความดีต่อไป
- 4) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ และการใช้ภาษาในการถ่ายทอดเรื่องราวในด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมภาษาถิ่นหรือชมบทกวีต่าง ๆ เนื่องจากสิ่งที่กล่าวมานี้ถือเป็นสิ่งที่ประติษฐ์และแต่งขึ้นโดยฝีมือมนุษย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะให้ความบันเทิงรื่นรมย์และผ่อนคลาย ถือว่าเป็นศิลปะทางวรรณกรรมอย่างหนึ่งที่ผู้ท่องเที่ยวเชิงนี้ต้องการไปชมกันนับว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้
- 5) วิธีการใช้ชีวิต เสื้อผ้าอาภรณ์ที่ใช้ในการแต่งกาย ข้าวปลาอาหาร และงานที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของคนในชุมชนนั้น ๆ ที่มีการใช้ชีวิต

และการแต่งกายรวมถึงอาหารการกินที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ซึ่งชาวพื้นเมืองนั้นจะมีการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่รวมถึงวัฒนธรรมที่เฉพาะแบบทำให้แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นความอัศจรรย์ของการใช้ชีวิตในรูปแบบที่หลากหลายของสังคม ซึ่งทำให้มีการจัดสิ่งนี้อยู่ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมีลักษณะใกล้เคียงกันกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน แสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม แต่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเน้นถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลินและการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมควบคู่กันในการท่องเที่ยวด้วย

### 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการตัดสินใจ

การดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นแต่ละคนจะมีแนวความคิดพื้นฐานและบริบทที่ต่างกัน ประกอบการตัดสินใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีเรื่องการตัดสินใจสรุปได้ดังนี้

วูดซีย์ จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่ต้องทำในการจัดการเรื่องต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการปฏิบัติงานทุก ๆ เรื่อง ทุก ๆ กรณี เพื่อให้การดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะมีเครื่องมือบางอย่างมาช่วยในการพิจารณาตัดสินใจ โดยมีเหตุผลส่วนตัวทางด้านอารมณ์ ความรัก ความพึงพอใจส่วนบุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ต่อเนื่องกันไป ดังนี้

- 1) การแยกแยะตัวปัญหา (Problem Identification) โดยการค้นหาความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง ก็เพราะเหตุว่ากระบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นตามขั้นตอนแรก เมื่อผู้ทำการตัดสินใจมีความรู้สึกว่าได้เกิดปัญหาขึ้นมา นั่นก็คือเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในว่าได้มีปรากฏบางสิ่งบางอย่างมิได้เป็นไปตามที่คาดคิด
- 2) การหาข้อมูลข่าวสารของปัญหานั้น (Information Search) เป็นการข้อมูลหรือข่าวสารที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็ได้
- 3) การประเมินค่าข่าวสาร (Evaluation of Information) เป็นความจำเป็นที่จะต้องประเมินค่า เพื่อดูว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมานั้นมีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเพียงพอ และสามารถที่จะนำข้อมูลข่าวสารนั้นไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่
- 4) การกำหนดทางเลือก (Listing Alternative) คือ การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและผ่านขั้นตอนของการประเมินค่าข่าวสารแล้วนั้นมากำหนดเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ ซึ่งการกำหนดทางเลือกนี้ต้องการกำหนดทางเลือกให้มากที่สุดและครอบคลุมวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างหลากหลาย

5) การเลือกทางเลือก (Selection of Alternative) เมื่อได้กำหนดทางเลือกต่าง ๆ ออกมาแล้ว พร้อมทั้งกำหนดลำดับความสำคัญและความเหมาะสมในการแก้ปัญหา ขั้นตอนต่อไปคือการเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป และขั้นนี้เองที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นการตัดสินใจอย่างแท้จริง

6) การปฏิบัติตามการตัดสินใจ (Implement of Decision) เมื่อทางเลือกที่ถูกกำหนดมาได้รับการตัดสินใจแล้วว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร ก็จะเป็นการดำเนินการหรือปฏิบัติตามการตัดสินใจที่เราเลือกเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Bross (1953 อ้างใน อรุณศรี กุมาท, 2529) กล่าวถึง การตัดสินใจว่า พฤติกรรมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจนั้นเป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะมีทางเลือกให้ตัดสินใจแล้วยังมีความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมที่ยึดถืออีกด้วย จึงมีแนวทางสำหรับใช้ในการตัดสินใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) การตัดสินใจในเป้าหมายเฉพาะอย่างเดียว เรียกว่า ผลที่ได้ (Outcome) และ 2) การพิจารณาทางเลือกหลายทางและชั่งน้ำหนักทางเลือกเหล่านั้น ในส่วนที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะหรือวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้

Gelatt (1962 อ้างใน ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์, 2539) Gelatt กล่าวถึงทฤษฎีการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจเป็นวงจรที่เริ่มจากจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ และเมื่อบุคคลมีความประสงค์ที่ต้องการจะตัดสินใจบุคคลนั้นก็มีความต้องการจะได้รับข้อมูลสารสนเทศแล้วรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขา เมื่อเรียบร้อยแล้วจึงจะพิจารณาข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของเขา แล้วนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดที่เหมาะสมของแต่ละบุคคล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า การตัดสินใจที่รอบคอบตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักของเหตุและผล ประกอบไปด้วยทฤษฎีที่สำคัญ ๆ ได้แก่ 1) ทฤษฎีการตัดสินใจเชิงเหตุผล (Rational Decision Making) 2) ทฤษฎีตัวแบบการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วน (Incremental Decision Making) และ 3) ทฤษฎีการตัดสินใจแบบผสมผสาน (Mixed -scanning)

1) ทฤษฎีการตัดสินใจเชิงเหตุผล (Rational Decision Making) มีลำดับขั้นตอนการประเมินดังนี้

1.1) วิเคราะห์ปัญหาว่าปัญหานั้นมีความสำคัญเพียงใด อะไรคือปัญหา และปัญหาที่เกิดขึ้นมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร

1.2) วิเคราะห์วัตถุประสงค์ว่าปัญหานั้นเรามีวัตถุประสงค์อะไรในการแก้ไขปัญหาเพื่อที่จะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ตรงกับปัญหาที่เกิดขึ้น

1.3) วิเคราะห์ทางเลือก โดยอาจจะใช้แนววิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์ เช่น ถ้าจะลงทุนแล้วมีจุดคุ้มทุนหรือไม่ แล้วนำทางเลือกเหล่านั้นมาเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือก



ที่เห็นว่าเหมาะสมและดีที่สุด

2) ทฤษฎีตัวแบบการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วน (Incremental Decision Making) มีแนวคิดดังนี้

2.1) นโยบายเป็นกิจกรรมการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจากอดีตที่มีการยอมรับในค่านิยม

2.2) ผู้มีอำนาจในการพิจารณานโยบาย มีการปรับปรุงนโยบายจากเดิมเป็นบางส่วนเพราะไม่ได้ดูข้อมูลทั้งหมด

2.3) มีข้อจำกัดในการปฏิบัติต่าง ๆ มาก

2.4) ดำเนินการต่อจากนโยบายเดิม

2.5) มีความเกี่ยวข้องกับเชิงการเมือง และมีข้อจำกัด

2.6) มีการใช้ความคิดเห็นหรือดุลยพินิจในการพิจารณา

2.7) การตัดสินใจไม่แน่นอน อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจได้ตลอด

2.8) เน้นแก้ปัญหาความไม่สมบูรณ์ทางสังคม

2.9) มีลักษณะการเป็นอนุรักษ์นิยม

3) ทฤษฎีการตัดสินใจแบบผสมผสาน (Mixed-scanning) เป็นการตัดสินใจที่เน้นการประนีประนอมระหว่างหลักเหตุผลและการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วน วิธีการตัดสินใจแบบผสมผสานนี้มีลักษณะเหมือนกับการดูดาวบนท้องฟ้าว่ามีดาวอะไรบ้าง ทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่น่าสนใจแล้วจึงตัดสินใจเลือก

Solomon (2002) กล่าวว่า การตัดสินใจ เป็นลักษณะของกิจกรรมกระบวนการในการตัดสินใจและของแต่ละบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อทำการประเมิน (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) การดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) เพื่อตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจจะกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ พฤติกรรมและการกระทำเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ที่ตัดสินใจ

สรุปได้ว่า การตัดสินใจนั้น มาจากความคิดพื้นฐานของแต่ละบุคคล โดยมีหลักการ เหตุผล มาประกอบ หรืออาจจะใช้ประสบการณ์เดิมของตนมาเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจด้วยก็ได้ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการที่บุคคลจะทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั่นเอง

### 2.1.6 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไว้ พอสรุปได้ดังนี้

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538 อ้างใน สุনারถ จุ้ยสถิต, 2555, หน้า 100) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ปัจจัยในการท่องเที่ยว เวลา และความตั้งใจในการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีอยู่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 142-146) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกกับสิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวหรือการใช้บริการต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ซึ่งสรุปเป็นขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1) การส่งเสริมหรือสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) คือ การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านข่าวสารและข้อมูลของการท่องเที่ยวด้วยสื่อต่าง ๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับและเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเหล่านั้น

2) ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Need) จากข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับจะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นตามความต้องการของแต่ละบุคคล ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจจะต้องการศึกษาหาความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือได้พบเห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าใช้จ่ายไม่สูง มีบริการด้านต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐาน และมีความสะอาดปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3) แรงจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) Push Factor เป็นสภาพของเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการหนีจากความจำเจในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ 2) Pull Factor เป็นสภาพของเงื่อนไขที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือไปร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว

4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการจะท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Tourism Image) ของแต่ละชุมชนเขาจะใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวที่ไหน

ดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และการพักผ่อนหย่อนใจที่มี  
ความสุขที่สุดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ

5) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การวางแผน  
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น เช่น ค่าพาหนะที่จะใช้ในการเดินทาง  
ค่าอาหาร ที่พัก ค่ารักษาพยาบาลที่อาจมีขึ้นได้ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายสำหรับ  
การท่องเที่ยวนี้สามารถขอข้อมูลจากธุรกิจการท่องเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่าย  
ในการเดินทางได้

6) การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดใน  
การเดินทางท่องเที่ยวเรียบร้อยแล้วก็จะถึงขั้นตอนของการเตรียมตัวในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ  
การท่องเที่ยว เช่น การจองตั๋วหรือเตรียมยานพาหนะที่จะใช้เดินทาง การจองรายการสำหรับ  
การท่องเที่ยว การจองโรงแรมที่พัก การยืนยันการเดินทาง การเตรียมหนังสือเดินทาง นอกจากนี้  
ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้ที่จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การเตรียมแลกเงินตราต่างประเทศ  
ตลอดจนการเตรียมเรื่องสุขภาพส่วนตัว

7) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการไปจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่ง  
ท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับมาถึงบ้าน จะมีการประเมินผลความพึงพอใจของการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ  
ตามประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งการประเมินผลความพึงพอใจในการท่องเที่ยวนี้จะส่งผลกระทบต่อ  
การตัดสินใจในการเดินทางครั้งต่อไปและอาจจะเชิญชวนหรือห้ามบุคคลอื่นในการมาท่องเที่ยว  
ยังสถานที่แห่งนั้น ๆ อีกก็ได้

8) ประสบการณ์ (Experience) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การที่นักท่องเที่ยวได้รับ  
ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม การบริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ  
แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ

9) ทักษะคติของนักท่องเที่ยว (Attitudes) คือ ทักษะคติต่อการท่องเที่ยวที่เกิดจากผล  
การประเมินความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ซึ่งถ้าผลการประเมินเป็นความพึงพอใจอาจทำให้เขา  
กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรืออาจชวนให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าผลการประเมินออกมาเป็น  
ความไม่พึงพอใจก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวที่ได้ไปมา อาจทำให้ไม่อยากเดินทาง  
มาท่องเที่ยวอีก หรืออาจบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่ยอมมาท่องเที่ยวด้วย

ทวีลาภ รัตนราช (2553, หน้า 9-10) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่  
พฤติกรรมการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทาง การพักผ่อน และอื่น ๆ แบ่งได้ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ชาวไทยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวเพื่อแบบไปพักผ่อนมากที่สุด  
และอาจจะมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเยี่ยมเยือน การไปติดต่อราชการหรือติดต่อธุรกิจต่าง ๆ  
นอกจากนั้นในปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่เพิ่มขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อ

การกีฬา เพื่อการประชุมสัมมนา หรือเพื่อศาสนา เป็นต้น

2) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีพาหนะที่ใช้สำหรับการเดินทางซึ่งจะมีความแตกต่างกันตามสภาพทางกายภาพของสถานที่ที่จะไปและโครงสร้างของการคมนาคม

3) ลักษณะของการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว หรือบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

ชวัลนุช อุทยาน (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่มีต่อการใช้จ่ายและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากนั้น กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวยังส่งผลถึงพฤติกรรมการแสดงออกอีกด้วยพฤติกรรมที่แสดงออกนี้แบ่งออกเป็น 1) พฤติกรรมภายนอก (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส และ 2) พฤติกรรมภายใน (Tourist's Covert Behavior) คือ ความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน ซึ่งพฤติกรรมภายในนั้นส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมภายนอก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบไปด้วย

- 1) เป้าหมายในการกระทำ หรือเป้าหมายในการเดินทาง
- 2) ความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น การมีมีวุฒิภาวะในทุกด้าน และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อสนองต่อความต้องการ
- 3) สถานการณ์ คือ เหตุการณ์หรือโอกาสที่ทำให้สามารถตัดสินใจเลือก
- 4) การแปลความหมาย คือ วิธีการในการคิดที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่พอใจมากที่สุด
- 5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจที่จะทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ
- 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา อาจจะเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่เป็นไปตามที่ต้องการก็ได้
- 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อสิ่งที่ตัดสินใจนั้นไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทำให้ต้องกลับไปหาข้อมูลแล้วแปลความหมาย ในการตัดสินใจเพื่อเลือกหาวิธีการใหม่ ๆ มาทำเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรืออาจจะต้องยกเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

สรุป พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ กระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้ดำเนินการเพื่อจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีกระบวนการในการหาข้อมูล เหตุผล ความจำเป็น และประโยชน์ที่จะได้รับว่าคุ้มค่ากับสิ่งที่ทำ หรือสนองต่อความต้องการของตนได้หรือไม่

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้นำแนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามแนวคิดของ ฉันทัช วรรณอนอม (2552) ได้กล่าวถึง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกโลกในอดีตและสร้างเสริมขึ้นมาในปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา อันเป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง อนุสาวรีย์ อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ ย่านประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ นครประวัติศาสตร์ ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณวัตถุซึ่งเป็นสิ่งประดิษฐ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของโบราณสถาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑ์เพื่อให้ประชาชนเข้าชม อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์หรืออารยธรรมอันยาวนานของประเทศนั่นเอง เช่น ภาพเขียนโบราณ สมบัติโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น ศึกษาแนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่สามารถจำแนกประเภทต่าง ๆ ได้ คือ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 142-146) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ หรือการให้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเที่ยว มีขั้นตอนที่สำคัญ 9 ขั้นตอนด้วยกัน คือ การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Tourism Image) ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุดในที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความเอกริมย์ที่สุดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) ทักษะทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitudes) และ



ตามแนวคิดของ ทวีลาภ รัตนราช (2553, หน้า 9–10) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พฤติกรรมการเดินทางวัตถุประสงค์ของการเดินทาง การพักผ่อน และอื่น ๆ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้ คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ชาวไทยส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด และอาจจะมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเยี่ยมเยือน การไปติดต่อราชการหรือติดต่อธุรกิจต่าง ๆ นอกจากนี้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังมีวัตถุประสงค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศาสนา เป็นต้น พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางหรือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพทางกายภาพและโครงสร้างของการคมนาคมขนส่ง ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยจะไม่ชอบโดดเดี่ยวหรือทำอะไรตามลำพัง ดังนั้นมักมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะการเดินทางเป็นกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว หรือบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จำนวน 400 คน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 17 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาจะใช้ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยวิธีการทดสอบค่าความแตกต่างแบบที (t-test) สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุมากกว่า 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ และมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000 บาทหรือต่ำกว่านั้น ทั้งนี้ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่

เคยเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมาแล้ว โดยส่วนใหญ่เดินทางมากับญาติหรือบุคคลในครอบครัวและใช้วิธีขับรถส่วนตัวมาเอง นอกจากนี้พบว่าบุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมากที่สุดคือ ญาติหรือบุคคลในครอบครัว และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวมากที่สุด ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมากที่สุดคือ ด้านการอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ปัจจัยข้างต้นทั้งหมดล้วนเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันของนักท่องเที่ยว

ณัฐพล ต้นติววงศ์ตระกูล (2554) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2554 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วยค่า t-test และ F-test ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในกรณีที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และใช้วิธีการของ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นนิสิตนักศึกษา เพศหญิง โสด อายุระหว่าง 26-35 ปี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมาเพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณี โดยจะมา 3-5 คน ช่วงฤดูหนาว กิจกรรมที่ชอบคือการตกบาตรข้าวเหนียว ใช้เวลาอยู่ 2 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000-3,000 บาท สิ่งที่ตั้งใจดูให้มาเที่ยวคือความเป็นเอกลักษณ์ บรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีท้องถิ่นที่ คงไว้แบบเดิม และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ด้านอายุและอาชีพ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วันใหม่ แดงแก้ว (2554) ได้วิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยวและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบัน

3) วิเคราะห์ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) เสนอแนะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมของเมืองเชียงคาน ซึ่งแนวทางการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสารและจากข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ การสำรวจ การสังเกต การสนทนา และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า มีการดำเนินงานร่วมกันระหว่างคุ้มวัดเทศบาล และกลุ่มผู้ประกอบการ มี 5 ขั้นตอน คือ การวางแผนกลยุทธ์ การจัดการผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินงาน การประสานงาน และการจัดการความรู้ต่าง ๆ ส่วนในด้านของบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคานของผู้มีส่วนได้เสียดำเนินการโดย การหาแนวทางแก้ไขปัญหา การวางแผนพัฒนา การประสานงาน การให้ความรู้ การลงทุน การประชาสัมพันธ์ และการมีรายได้จากการท่องเที่ยวบทบาทที่สำคัญที่สุด ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคานคือ การหาแนวทางแก้ไขปัญหา การวางแผนพัฒนา การท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลเชียงคาน กรมโยธาธิการและผังเมือง และสภาเมืองเชียงคาน บทบาทที่สำคัญรองลงมาคือ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของเทศบาลตำบลเชียงคาน สำนักงานจังหวัดเลยและผู้ประกอบการนอกพื้นที่สำหรับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เมื่อจัดเรียงตามลำดับความสำคัญในขั้นตอนการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ได้แก่ ผู้ประกอบการและภาคประชาชน ขั้นตอนการวางแผนดำเนินการ ได้แก่ เทศบาล และกรมโยธาธิการและผังเมือง ขั้นตอนการลงทุนและดำเนินงาน ได้แก่ ผู้ประกอบการ เทศบาล ภาคประชาชน และชมรมต่าง ๆ และขั้นตอนการติดตามเพื่อประเมินผลงาน ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคาน คือ การมีส่วนได้เสียในแต่ละภาคส่วนขาด การบูรณาการในเรื่องแผนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม การบริหารงานของแต่ละภาคส่วนขาดชัดเจนและการมีส่วนร่วมของประชาชนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคานที่เหมาะสม คือ แนวทางการพัฒนาโดยใช้โมเดลการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กมลวรรณ ตะวัน (2556) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำ วัดพม่าในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำวัดพม่าในจังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำวัดพม่าในจังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำวัดพม่าในจังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดพม่าในจังหวัดลำปาง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำวัดพม่าในจังหวัดลำปาง คือ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับการเดินทางมาพักผ่อนโดยปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณพลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณพลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21–30 ปี โสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาทต่อเดือน และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณพลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณพลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

มัทนี คำสำราญ (2558) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นจำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลักษณะปลายปิดและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ G\*Power ได้จำนวน 250 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของสองประชากรอิสระ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยในด้านร้านอาหารมีบริการอาหารฮาลาล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ และด้านราคา ตามลำดับ เมื่อจำแนกระดับความคิดเห็นตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างด้านเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนชาวมุสลิมที่มีอายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกโดยพฤติกรรม การท่องเที่ยวพบว่า ชาวมุสลิมมีช่วงเวลาการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนชาวมุสลิมที่เลือกไปสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งจูงใจในการเดินทางและมีบุคคลร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เกศมณี เหลืองฐิติกาญจนา (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมาก่อน รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีและไม่มีแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันในอนาคต โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ Independent Samples t-test, Logistic Regression ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไต้หวันมาก่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ใช้เวลาในการเดินทาง 5-7 วัน/ ครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาท/ ครั้ง ตัดสินใจเดินทางด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวโดยไปพร้อมกับเพื่อน และส่วนใหญ่ทราบมาก่อนว่ามีการยกเว้นวีซ่าเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและการยกเว้นวีซ่าสำหรับเดินทางท่องเที่ยว ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเพิ่มขึ้น ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันในอนาคตของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างกลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันพบว่า พฤติกรรมการเลือกระดับราคาตั๋วเครื่องบินโดยสารเพียงเรื่องเดียวที่ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ มีความแตกต่างกันทั้งสิ้น เช่น วิธีการเดินทาง ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย กิจกรรมที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน เป็นต้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มหนึ่งมีประสบการณ์เดินทางไปประเทศไต้หวันมาก่อน ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจาก อีกกลุ่มหนึ่งได้ เช่น กลุ่มที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมาก่อนหากต้องไปท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคตอาจเลือกวิธีเดินทางด้วยตนเองแทนการใช้บริษัทนำเที่ยว มีระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนานขึ้นกว่าเดิม มีความสนใจท่องเที่ยวอื่นที่นอกไปจากสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม แล้วยังให้ความสนใจในเรื่องอื่น ๆ เช่น อาหาร เทคโนโลยี ซ้อปิ้ง เป็นต้น ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน โดยทุกปัจจัยล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ



ทางประชากรศาสตร์และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศหญิง อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ไม่เกิน 35,000 บาท/ เดือน มีความเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

นาวิน เกตุรวม (2559) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจ และ 3) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคม 2558 ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิง อายุ 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพค้าขาย รายได้ 30,001-45,000 บาท/ เดือน กลุ่มตัวอย่าง มีแรงจูงใจในระดับมาก เป็นแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยหลักระดับปานกลาง และปัจจัยดึงดูดระดับมาก ด้านความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการต้อนรับอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คะแนนเรื่อง การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เดิมของวัฒนธรรม โดยมีความพึงพอใจสูงสุด การคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับกลาง ในขณะที่ด้านเส้นทางการคมนาคมและการสื่อสารอยู่ในระดับต่ำสุด การทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนเพศและอายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และในสมมติฐานเรื่องความพึงพอใจนั้นพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

สิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรณวณิช (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดย้อนยุคเพลินวาน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนามและรถกัหวิน จำนวน 402 คน เลือกตัวอย่างแบบโควต้าและแบบตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและโคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจะมาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทราบข้อมูลจากการบอกต่อโดยเพื่อนหรือครอบครัวเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มาเพื่อพักผ่อน ค่าใช้จ่าย

ประมาณ 1,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน อารมณ์และความรู้สึก และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ ความปลอดภัย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และด้านการเรียนรู้ การทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาที่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงโยธยาดีต่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน มากับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัว เคยมาแล้วก่อนหน้านี้ 1 ครั้ง โดยรู้ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติ ด้านปัจจัยจูงใจภายนอกนั้นพบว่า ต้องการเดินทางมาเที่ยวได้แบบเช้าเย็นกลับ และปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ในด้านเพศ และสถานภาพทางสังคมแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้นด้านเพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05

นริศา มัจฉริยกุล (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย งานศึกษานี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย และพฤติกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปประยุกต์ใช้หรือพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการ

และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบอิสระ (FIT-Free/ Fully Independent Traveler) มากที่สุด รวมไปถึงภาครัฐไทยที่สามารถนำข้อมูลไปประเมิน ปรับปรุง และพัฒนานโยบายด้านการท่องเที่ยวของตนที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบอิสระมากที่สุด ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 18 คน ซึ่งทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT) ที่ไปท่องเที่ยวเกาะไต้หวันมาแล้ว โดยคำถามครอบคลุมข้อมูลต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งข้อมูลส่วนตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวไต้หวัน พฤติกรรมในการท่องเที่ยวไต้หวันและการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของ และการเปรียบเทียบการท่องเที่ยวไต้หวันกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไต้หวัน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไต้หวัน นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลไต้หวัน และข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในไต้หวันย้อนหลังเพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบไปด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ และการเรียนรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับหลังการท่องเที่ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ กลุ่มเพื่อนและครอบครัว นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของไต้หวัน คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีราคาที่เหมาะสม การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของไต้หวัน ประสบการณ์ที่ได้รับจากปัจจัยด้านบุคคลของการท่องเที่ยวไต้หวัน การเดินทางไปท่องเที่ยวไต้หวันที่ง่ายและสะดวกมีส่วนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ และปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence) ของไต้หวัน ในภาพรวมด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ก่อนการเดินทางกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้ว่าไต้หวันมีอะไร และมีความพึงพอใจหลังจากการไปท่องเที่ยวมาแล้ว และคาดว่าจะกลับไปท่องเที่ยวไต้หวันอีก รวมไปถึงยังจะแนะนำให้คนรู้จักไปท่องเที่ยวไต้หวันอีกด้วย จุดเด่นของไต้หวันได้แก่ อาหาร ค่าใช้จ่ายที่ถูกความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว ถนนเก่า แก้วเก่า (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีนทร์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีนทร์โดยดำ เนินการวิจัยเชิงปริมาณสำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ซึ่งจะทำให้การสุ่มจำนวนตามโควต้า ประกอบด้วย 1) นครราชสีมา 263 คน 2) ชัยภูมิ 40 คน 3) บุรีรัมย์ 48 คน และ 4) สุรินทร์ 49 คน สำหรับการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวกแล้วนำมาทำการประมวลผลในขั้นตอนต่อไป ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวด้านเพศไม่แตกต่างกัน กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสูงกว่าผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี และผู้มีอายุ 30-40 ปี มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีอายุ 50 ปี

ผู้ที่มีสถานภาพครอบครัว หย่า มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพ ทางครอบครัว โสด ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยว สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท และปริญญาเอก ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้ที่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจและผู้ที่มิอาชีพผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ และข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสูงกว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพผู้ประกอบการหรือ เจ้าของกิจการ สำหรับด้านรายได้ต่อเดือนพบว่า ไม่แตกต่างกัน นิยมมาโดยคณะทัวร์ และมีค่าใช้จ่าย ในการมาท่องเที่ยวต่ำกว่า 5,000 บาท วันที่นิยมมาท่องเที่ยวเป็นวันเสาร์-อาทิตย์

นภาพรณ์ ชลู่ขนาด, สมศักดิ์ พงษ์เดช และพัชรา วงศ์แสงเทียน (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัย สำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง เทศบาล ตำบลวังทอง จ.พิษณุโลก การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง เทศบาลตำบลวังทอง อ.วังทอง จ.พิษณุโลก โดยอาศัยแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ ให้ความร่วมมือ จำนวน 385 ราย และทำการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Enter เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดบ้างที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถี ชาววัง เทศบาล ต.วังทอง จ.พิษณุโลก ได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยทรัพยากรของสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจ 2) ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว โดยปัจจัยด้านทรัพยากรของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจส่งผลสูงสุด และปัจจัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลน้อยสุด สำหรับตัวแปรที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นมี 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยด้านความสามารถเข้าถึงสถานที่ ท่องเที่ยวโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) เท่ากับ 0.598 และ Durbin-Watson เท่ากับ 1.652

วิทัศน์ ศรีสุวรรณเกศ (2561) ได้วิจัยเรื่อง แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อ ความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบ ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนา ตะวันออก 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพล ต่อความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพล ทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมล้านนาตะวันออก เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแบบตามสะดวก 4 จังหวัด จังหวัดละ 150

คน รวม 600 คน วิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และสัมภาชน์สมาชิกท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 4 ท่าน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาพลักษณ์ รูปแบบ และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยา แต่ในด้านของศักยภาพการท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านจิตวิทยา นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาส่งผลต่อความภักดีทางการท่องเที่ยว โดยที่ศักยภาพและประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อความภักดีทางการท่องเที่ยว ด้านอิทธิพลทั้งทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม พบว่าศักยภาพทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีการท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ .054 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการรับรู้จิตวิทยาการท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ .034 โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .088 อย่างไม่มีนัยสำคัญ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการรับรู้จิตวิทยาการท่องเที่ยวอย่างไม่มีนัยสำคัญ

Ngoc & Trinh (2015) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ในประเทศเวียดนาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ในประเทศเวียดนาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 600 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ในประเทศเวียดนาม ได้แก่ ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

## 2.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



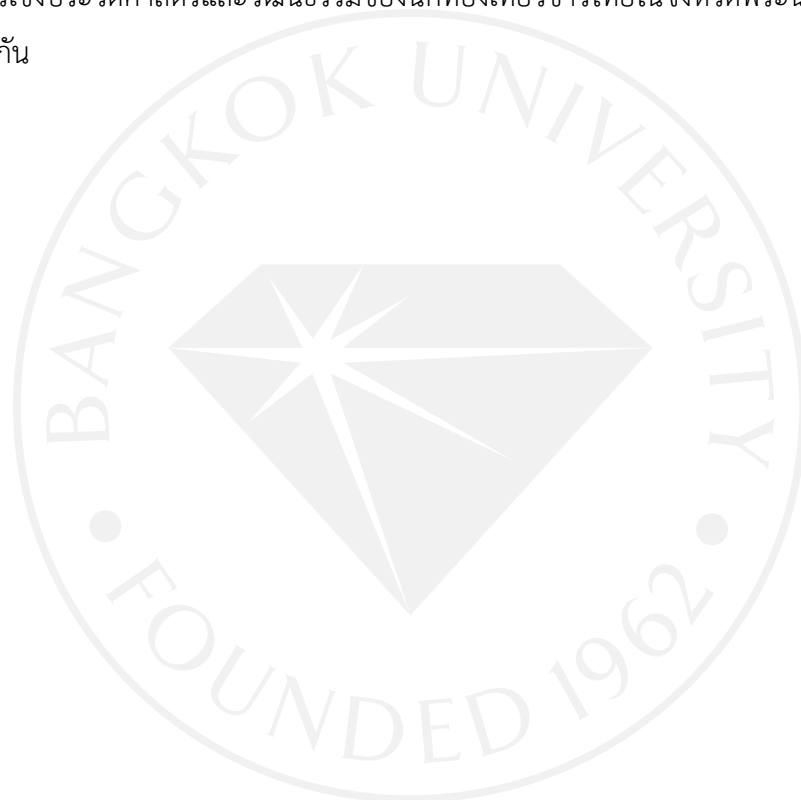


พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 รูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

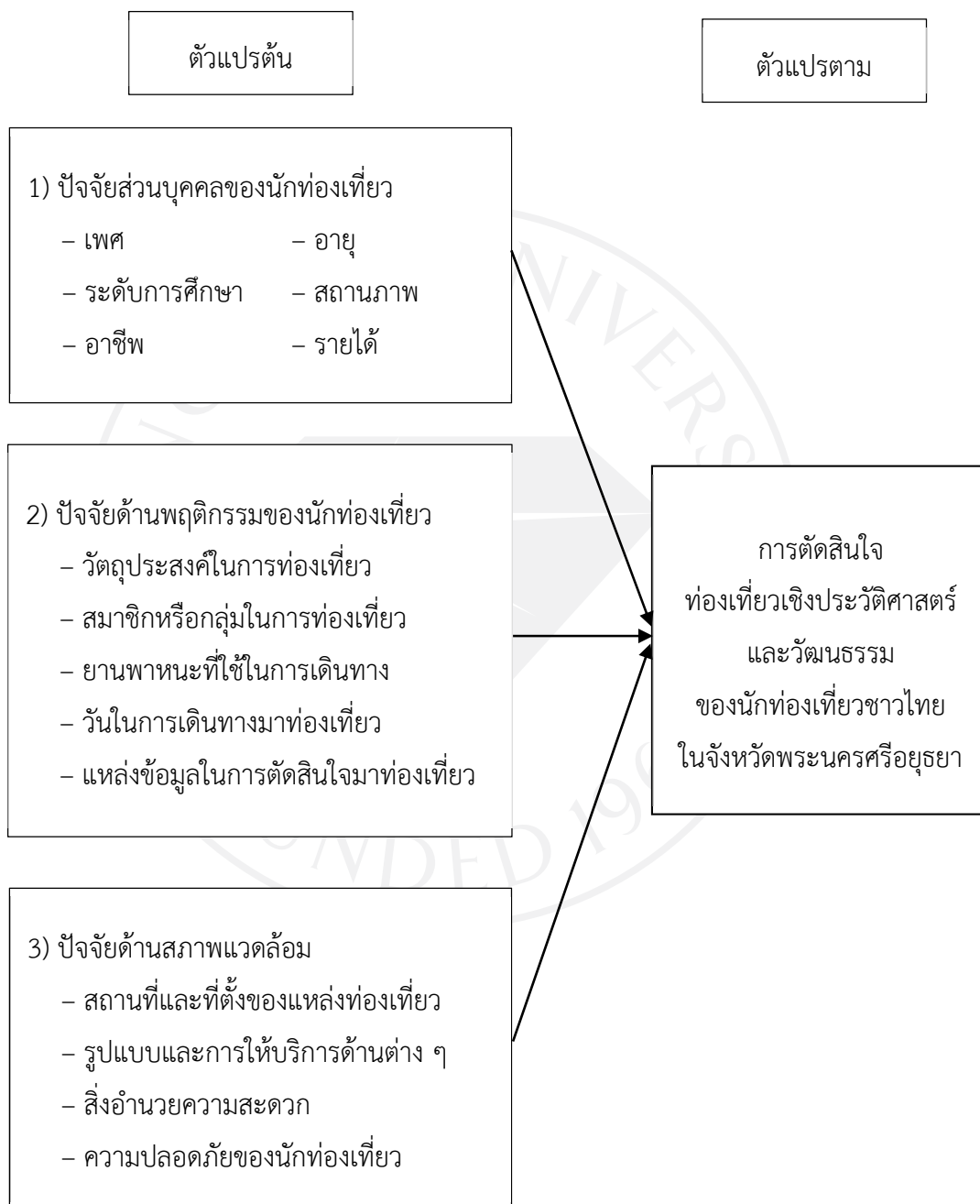
สมมติฐานที่ 3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



## 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.46: กรอบแนวคิดการวิจัย



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภทวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมประวัติศาสตร์และแหล่งวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วงของการเก็บข้อมูล

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมประวัติศาสตร์และแหล่งวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสถานที่ดังต่อไปนี้ 1) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 2) วัดมงคลบพิตร 3) วัดใหญ่ไชยมงคล 4) วัดไชยวัฒนาราม 5) วัดท่าการ้อง 6) วัดมหาธาตุ 7) วัดนิเวศธรรมประวัติราชวihar และ 8) พระราชวังบางปะอิน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างประเภทที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% กำหนดให้ความคลาดเคลื่อน (E) เป็น 1 ส่วน ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) (ละเอียด ศิลาน้อย, 2560, หน้า 62) โดยใช้สูตรของ Khazanie (1996, p. 403) เพื่อหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{E} \right)^2$$

โดยให้

$n$  = จำนวนตัวอย่าง

$Z \propto /2\sigma$  = คะแนนมาตรฐาน (กำหนดให้มีความเชื่อมั่นที่ 95 %)

$\sigma$  = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (ในที่นี้ไม่ทราบ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร)

$E$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (กำหนดให้เท่ากับ 1 ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนประชากร ( $\sigma$ ) หรือ  $\sigma/10$  นั่นเอง)

เมื่อนำมาแทนค่าลงในสูตรจะคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

$$n = \left( \frac{1.96\sigma}{\frac{\sigma}{10}} \right)^2$$

$$n = \left( \frac{1.96\sigma 10}{\sigma} \right)^2$$

$$n = [1.96(10)]^2$$

$$n = (19.6)^2$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385 \text{ (โดยปัดทศนิยมขึ้นเป็นจำนวนเต็มเสมอ)}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างสำรองจำนวน 15 คน รวมเป็น 400 คน ทำให้ได้ระดับความเชื่อมั่นเป็น 95.44 % สูงกว่าระดับ 95% ที่ได้กำหนดไว้

3.1.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มประชากรที่กำหนดไว้ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมประวัติศาสตร์และแหล่งวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ในช่วงของการเก็บข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากที่สุด 8 แห่งด้วยกัน คือ 1) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 2) วัดมงคลปิตร 3) วัดใหญ่ไชยมงคล 4) วัดไชยวัฒนาราม 5) วัดท่าการ้อง 6) วัดมหาธาตุ 7) วัดนิเวศธรรมประวัติราชวihar และ 8) พระราชวังบางปะอิน (“รวมสถานที่ที่เี่ยวอดนิยมในอยุธยา”, 2562) แห่งละ 50 ชุด รวมทั้งหมด 400 ชุด

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สมาชิกหรือกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบไปด้วย สถานที่และที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท ดังนี้ (วิไลวรรณ ศรีมันตะสิริภัทร, 2560)

- 5 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก
- 3 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
- 1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนน  
 ผู้วิจัยแบ่งช่วงระดับคะแนนโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากข้อมูลเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา  
 ด้วยการทำความกว้างอันตรภาคชั้น คือ

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= .80 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้วยการหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้นในข้างต้น  
 ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนดังนี้

4.21-5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.61-3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

### 3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัย  
 โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย  
 ที่กำหนดไว้

3.3.2 สร้างแบบสอบถามสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัย  
 ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม  
 ของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 16 ข้อ และข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 8 ข้อ  
 โดยปรึกษาและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547, หน้า 145-146)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	$\sum$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	R	แทน	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละข้อ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- + 1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์
- 1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

นิยามศัพท์

มีเกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC  $\geq 0.50$  หมายความว่า คำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC  $\leq 0.50$  หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากการทดสอบพบว่า ข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 ผู้วิจัยได้ปรับปรุงเนื้อหาในแต่ละคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Test) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งหาได้จากสูตรดังนี้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547, หน้า 149)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ \frac{1 - \sum s^2 i}{s^2 x} \right]$$

เมื่อ  $\alpha$  = ค่าความเที่ยง

$N$  = จำนวนข้อ

$\sum s^2 i$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$s^2 x$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ค่า  $\alpha$  ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความเที่ยงใช้ได้

จากการทดสอบพบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเที่ยง ( $\alpha$ ) พบว่า ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าแอลฟา เท่ากับ 0.902

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดแหล่งข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ 1) วัดพนัญเชิงวรวิหาร 2) วัดมงคลบพิตร 3) วัดใหญ่ไชยมงคล 4) วัดไชยวัฒนาราม 5) วัดท่ากார้อง 6) วัดมหาธาตุ 7) วัดนิเวศธรรมประวัติราชววิหาร และ 8) พระราชวังบางปะอิน โดยใช้แบบสอบถาม มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1-31 พฤษภาคม 2563

3.4.2 ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดของแบบสอบถาม วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และการตอบข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถาม (กรณีที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม) ให้แก่ตัวแทนและทีมงาน เพื่อให้มีทุกคนความเข้าใจตรงกันในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.3 ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง (กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้สูงอายุ หรืออ่านหนังสือไม่ได้ ให้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามแทน)

3.4.4 เก็บแบบสอบถามคืนจากผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.5 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวน และข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในลักษณะของตารางประกอบความเรียง

3.5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายตามช่วงคะแนนที่กำหนดไว้ในการแปลผลคะแนน ดังนี้

4.21–5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41–4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.61–3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81–2.60	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00–1.80	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

### 3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.2.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายถึงรายละเอียดของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5.2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

3.5.2.3 การทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample: t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.5.2.4 ค่าสถิติ One-Way ANOVA ซึ่งเอาไว้ใช้ทดสอบเพื่อค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ใช้ความแปรปรวนทางเดียว โดยจะนำมาทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และถ้าหากว่าผลการทดสอบพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## บทที่ 4

### บทวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการโดยมีรายละเอียดซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	182	45.50
	หญิง	218	54.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และเพศชาย 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	46	11.50
	21-30 ปี	78	19.50
	31-40 ปี	91	22.75
	41-50 ปี	117	29.25
	มากกว่า 50 ปี	68	17.00
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	152	38.00
	ปริญญาตรี	182	45.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	66	16.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	173	43.25
	สมรส	189	47.25
	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	38	9.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีสถานภาพสมรส มากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือ โสด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 และหม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	แม่บ้าน	27	6.75
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	16.00
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	102	25.50
	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	121	30.25
	นักเรียน/ นักศึกษา	38	9.50
	เกษตรกร	43	10.75
	อื่น ๆ (เกษียณอายุราชการ)	5	1.25
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีอาชีพ ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อาชีพเกษตรกร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 แม่บ้าน/ พ่อบ้าน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และอื่น ๆ (เกษียณอายุ) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	79	19.75
	15,001–30,000 บาท	102	25.50
	30,001–45,000 บาท	76	19.00
	45,001–60,000 บาท	72	18.00
	มากกว่า 60,001 บาท	71	17.75
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 มีรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีรายได้ระหว่าง 45,001–60,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และมีรายได้มากกว่า 60,001 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	45	11.25
	เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	135	33.75
	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	117	29.25
	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	80	20.00
	อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน)	23	5.75
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และอื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวคนเดียว	26	6.50
	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	167	41.75
	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท	159	39.75
	อื่น ๆ (แฟน คู่รัก)	48	12.00
	รวม	400	100



จากตารางที่ 4.8 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 อื่น ๆ (แฟน คู่รัก) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	97	24.25
	รถโดยสารประจำทาง	45	11.25
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	54	13.50
	รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร	159	39.75
	เรือโดยสาร	38	9.50
	อื่น ๆ (รถเช่า)	7	1.75
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางโดยรถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร มากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 เรือโดยสาร จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอื่น ๆ (รถเช่า) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
วันที่เดินทางมา ท่องเที่ยว	วันจันทร์-วันศุกร์	49	12.25
	วันเสาร์-วันอาทิตย์	215	53.75
	วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา	136	34.00
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เดินทางมาในวันเสาร์-วันอาทิตย์ มากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	วันเดียวไปเช้าเย็นกลับ	188	47.00
	พักค้างคืนจำนวนหนึ่งคืน	114	28.50
	พักค้างคืน 2-3 คืน	86	21.50
	พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	12	3.00
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มาท่องเที่ยวแบบวันเดียวคือไปเช้าเย็นกลับ มากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ พักค้างคืนจำนวนหนึ่งคืน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 พักค้างคืน 2-3 คืน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และพักค้างคืนมากกว่า 3 คืน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมทางท่องเที่ยว โดยจำแนกตามแหล่งข้อมูล ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	57	14.20
	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	190	47.50
	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	77	19.25
	ข้อมูลจากองค์กร โรงเรียน สถาบันการศึกษา	76	19.00
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้รับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ข้อมูลจากองค์กร โรงเรียน สถาบันการศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	25	6.25
	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	154	38.50
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	113	28.25
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	95	23.75
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	13	3.25
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมมากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรูปแบบการให้บริการ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการให้บริการ	การเดินทางมีความสะดวก	174	43.50
	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	30	7.50
	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	105	26.25
	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	91	22.75
	รวม	400	100

ผลจากตารางที่ 4.14 พบว่า ข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านรูปแบบการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีความคิดเห็นว่าการเดินทางมีความสะดวกมากที่สุด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ ราคาสินค้ามีความเหมาะสม จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตาม  
 สิ่งอำนวยความสะดวก

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งอำนวยความสะดวก	มีสถานที่จอดรถไว้บริการนักท่องเที่ยว อย่างเพียงพอ	116	29.00
	มีบริการร้านอาหาร, ร้านจำหน่ายสินค้า ที่ระลึกอย่างเพียงพอ	46	11.50
	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ไว้บริการนักท่องเที่ยว	112	28.00
	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็ก และผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	126	31.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละของข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตาม  
ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	173	43.25
	มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	82	20.50
	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแล การจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	145	36.25
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย  
ของนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษา  
ความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ  
43.25 รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ  
จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และมีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 82 คน  
คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

ในการแปลความหมายข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์  
ข้อมูลดังนี้

n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard  
Deviation) โดยที่มีเกณฑ์และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ดังตารางต่อไปนี้

4.21–5.00	หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41–4.20	หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.61–3.40	หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81–2.60	หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00–1.80	หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.17: ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย	3.63	0.90	มาก
2) มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.67	0.91	มาก
3) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและเป็นที่น่าชม	3.98	0.81	มาก
4) ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ	3.82	0.73	มาก
5) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง	3.78	0.83	มาก
6) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว	3.81	0.80	มาก
7) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ	3.72	0.92	มาก
8) ท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป	3.51	1.03	มาก
รวมเฉลี่ย	3.74	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยรวมมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและเป็นที่นิยม มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.73) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.80) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.83) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ , S.D. = 0.92) มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.91) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.90) และท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.03) ตามลำดับจากค่า S.D. แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลมีการเกาะกลุ่มกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มิความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน สรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและกำลังเป็นที่นิยม การได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ ความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไปมีผลต่อการตัดสินใจมาก

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในการแปลความหมายข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
Mean	แทน ค่าเฉลี่ย
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่ แบบที (t-Distribution)
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่ แบบเอฟ (F-Distribution)
Sig.	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน
*	แทน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามเพศ

รายการ	Mean		t	Sig.
	ชาย	หญิง		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.75	3.73	0.343	0.732

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามเพศชายและเพศหญิงพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอายุ

รายการ	Mean					F	Sig.
	ต่ำกว่า 21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี		
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	3.84	3.69	3.76	3.75	3.70	0.522	0.720

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.2 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



ตารางที่ 4.20: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา

รายการ	Mean			F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.75	3.66	3.94	4.807	0.009*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 1.3 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.082 (0.069)	-0.198* (0.093)
ปริญญาตรี		-	-0.280* (0.090)
สูงกว่าปริญญาตรี			-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสถานภาพ

รายการ	Mean			F	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.71	3.74	3.92	1.825	0.163

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสถานภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอาชีพ

รายการ	Mean							F	Sig.
	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	อื่น ๆ (เกษียณอายุ)		
การตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	3.50	3.76	3.81	3.81	3.60	3.69	3.45	1.606	0.144

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรายได้

รายการ	Mean					F	Sig.
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001–30,000 บาท	30,001–45,000 บาท	45,001–60,000 บาท	มากกว่า 60,001 บาท		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.59	3.65	3.72	3.85	3.96	4.352	0.002*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 1.6 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001– 30,000 บาท	30,001– 45,000 บาท	45,001– 60,000 บาท	มากกว่า 60,001 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	-0.064 (0.094)	-0.135 (0.100)	-0.261* (0.102)	-0.368* (0.102)
15,001–30,000 บาท		-	-0.071 (0.095)	-0.197* (0.096)	-0.303* (0.097)
30,001–45,000 บาท			-	-0.126 (0.103)	-0.233* (0.103)
45,001–60,000 บาท				-	-0.107 (0.104)
มากกว่า 60,001 บาท					-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–60,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–60,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001–45,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

รายการ	Mean					F	Sig.
	เพื่อการพัฒนาออนไลน์	เพื่อพบครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	อื่นๆ (เพื่อการทำงาน)		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	4.03	3.57	3.56	3.98	4.32	17.328	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.1 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.27



ตารางที่ 4.27: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว  
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ของ การท่องเที่ยว	เพื่อการ พักผ่อน หย่อนใจ	เพื่อพา ครอบครัว หรือญาติที่ นั่งมา ท่องเที่ยว	เพื่อศึกษา เรียนรู้ ประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรม	เพื่อเข้า ร่วม กิจกรรม ทาง ศาสนา	อื่น ๆ (เพื่อการ ทำงาน)
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	-	0.465* (0.101)	0.478* (0.103)	0.056 (0.110)	-0.284 (0.151)
เพื่อพาครอบครัวหรือ ญาติที่นั่งมาท่องเที่ยว		-	-0.012 (0.074)	-0.409* (0.083)	-0.749* (0.133)
เพื่อศึกษาเรียนรู้ ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม			-	-0.422 (0.085)	-0.761* (0.134)
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทาง ศาสนา				-	-0.340* (0.139)
อื่น ๆ (เพื่อการงาน)					-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.27 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับ  
การตัดสินใจ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า  
กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ  
สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติที่นั่งมาท่องเที่ยว  
และเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติที่นั่งมาท่องเที่ยว  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม  
ทางศาสนาและวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	Mean				F	Sig.
	ท่องเที่ยวคนเดียว	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา	องค์กร บริษัท อื่น ๆ (แฟน คู่รัก)		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.79	3.81	3.56	4.10	11.072	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.2 หมายความว่า สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวคนเดียว	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท	อื่น ๆ (แฟน คู่รัก)
ท่องเที่ยวคนเดียว	-	-0.021 (0.129)	0.228 (0.129)	-0.318* (0.149)
ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว		-	0.249 (0.068)	-0.297* (0.100)
ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท			-	-0.546* (0.101)
อื่น ๆ (แฟน คู่รัก)				-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.29 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวคนเดียว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

รายการ	Mean						F	Sig.
	รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	รถจักรยาน เช่น รถคู่ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	รถของสถานศึกษาบริษัท หรือองค์กร	เรือโดยสาร	อื่น ๆ (รถเช่า)		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.81	3.55	3.61	3.62	4.39	4.27	13.527	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 หมายความว่าค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.3 หมายความว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว  
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร	เรือโดยสาร	อื่น ๆ (รถเช่า)
รถยนต์ส่วนตัว	-	0.263* (0.106)	0.204* (0.100)	0.189* (0.076)	-0.584* (0.113)	-0.459* (0.231)
รถโดยสารประจำทาง		-	-0.059 (0.119)	-0.075 (0.100)	-0.847* (0.130)	-0.723* (0.234)
รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น			-	-0.016 (0.093)	-0.788* (0.125)	-0.664* (0.237)
รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร				-	-0.772* (0.107)	-0.648* (0.228)
เรือโดยสาร					-	0.124 (0.243)
อื่น ๆ (รถเช่า)						-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างรถโดยสารประจำทาง รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น และรถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถโดยสารประจำทางให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กรให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

รายการ	Mean			F	Sig.
	วันจันทร์-วันศุกร์	วันเสาร์-วันอาทิตย์	วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.69	3.86	3.57	9.595	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.4 หมายความว่า วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน



อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	วันจันทร์-วันศุกร์	วันเสาร์-วันอาทิตย์	วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา
วันจันทร์-วันศุกร์	-	-0.169 (0.098)	0.126 (0.104)
วันเสาร์-วันอาทิตย์		-	0.296* (0.068)
วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา			-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันวันเสาร์-วันอาทิตย์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

รายการ	Mean				F	Sig.
	วันเดียว ไปเช้า เย็นกลับ	พักค้างคืน 1 คืน	พักค้าง คืน 2-3 คืน	พักค้างคืน มากกว่า 3 คืน		
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	3.95	3.69	3.35	3.85	20.562	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.34 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.5 หมายความว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบ  
เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	วันเดียวไปเช้า เย็นกลับ	พักค้างคืน 1 คืน	พักค้างคืน 2-3 คืน	พักค้างคืน มากกว่า 3 คืน
วันเดียวไปเช้าเย็นกลับ	-	0.261* (0.070)	0.598* (0.077)	0.101 (0.176)
พักค้างคืน 1 คืน		-	0.337* (0.085)	0.160 (0.180)
พักค้างคืน 2-3 คืน			-	-0.497* (0.183)
พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน				-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับ  
การตัดสินใจ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง  
ที่เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียวไปเช้าเย็นกลับ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่าง  
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน และพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่า  
กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่า  
กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืนมากกว่า 3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้  
มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

รายการ	Mean				F	Sig.
	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	ข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.74	3.73	3.50	4.02	9.371	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.36 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 2.6 หมายความว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว  
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	ข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา
ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	-	0.007 (0.093)	0.241* (0.108)	-0.285* (0.108)
ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว		-	0.234* (0.083)	-0.292* (0.084)
ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ			-	0.526* (0.100)
ข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา				-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.37 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	Mean					F	Sig.
	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาดและร่มรื่น	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.84	3.69	3.57	3.94	4.31	8.027	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



ผลจากตารางที่ 4.38 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 3.1 หมายความว่า สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไป เปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานที่และที่ตั้ง ของแหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวมี คุณค่า และเอกลักษณ์ ทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวมีความ สวยงามทางด้าน ศิลปะและวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวมี สถาปัตยกรรม หลากหลาย	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	มีป้ายแสดงคำอธิบาย ของสถานที่อย่าง เหมาะสม
สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและ เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	-	0.157 (0.132)	0.275* (0.136)	-0.096 (0.138)	-0.469* (0.210)
สถานที่ท่องเที่ยวมีความ สวยงามทางด้านศิลปะ และวัฒนธรรม		-	0.119 (0.076)	-0.253* (0.080)	-0.626* (0.177)
สถานที่ท่องเที่ยวมี สถาปัตยกรรมหลากหลาย			-	-0.372* (0.085)	-0.744* (0.180)
สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น				-	-0.373* (0.181)
มีป้ายแสดงคำอธิบายของ สถานที่อย่างเหมาะสม					-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.39 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลายให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่นให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 รูปแบบการให้บริการแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใน  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรูปแบบการให้บริการ

รายการ	Mean				F	Sig.
	การเดินทาง มีความ สะดวก	การจัด ร้านค้าและ ร้านจำหน่าย สินค้าที่ ระลึกมีความ เป็นระเบียบ	ราคาสินค้า มีความ เหมาะสม	มีเจ้าหน้าที่ให้ คำแนะนำ, แก้ไขปัญหา ต่าง ๆ และ อำนวยความสะดวก ให้กับ นักท่องเที่ยว		
การตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	3.93	3.19	3.49	3.85	22.564	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามรูปแบบการให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 3.2 หมายความว่า รูปแบบการให้บริการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรูปแบบการให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รูปแบบการให้บริการ	การเดินทางมีความสะดวก	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
การเดินทางมีความสะดวก	-	0.743* (0.116)	0.447* (0.073)	0.082 (0.076)
การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ		-	-0.296* (0.122)	-0.661* (0.124)
ราคาสินค้ามีความเหมาะสม			-	-0.365* (0.084)
มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว				-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามรูปแบบการให้บริการ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการเดินทางมีความสะดวก ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ และราคาสินค้ามีความเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ารราคาสินค้ามี

ความเหมาะสม และราคาสินค้ามีความเหมาะสม การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ารราคาสินค้ามีความเหมาะสมให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสิ่งอำนวยความสะดวก

รายการ	Mean				F	Sig.
	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ	มีบริการร้านอาหาร, ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	มีที่นั่งพักผ่อนจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	4.17	3.05	3.44	3.87	68.182	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 3.3 หมายความว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สิ่งอำนวยความสะดวก	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	มีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุกขา สำหรับเด็ก และผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ
มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	-	1.114* (0.090)	0.722* (0.069)	0.296 (0.067)
มีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ		-	-0.392* (0.091)	-0.818* (0.089)
มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว			-	-0.426* (0.067)
มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุกขา สำหรับเด็ก และผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ				-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.43 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจ จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ และมีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44: แสดงค่าสถิติระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

รายการ	Mean			F	Sig.
	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ		
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	4.00	3.41	3.62	32.052	0.000*

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบตามความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ยอมรับสมมติฐานที่ 3.4 หมายความว่า ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจไปเปรียบเทียบรายคู่ โดยได้ใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45: เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว  
โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยไว้ดูแล ชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยว	มีห้องพยาบาล ไว้สำหรับ นักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยไว้ดูแลการ จัดการจราจรไว้อย่างเป็น ระเบียบ
มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยไว้ดูแล ชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว	-	0.588* (0.079)	0.373* (0.066)
มีห้องพยาบาลไว้ สำหรับนักท่องเที่ยว		-	-0.215* (0.082)
มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยไว้ดูแล การจัดการจราจร ไว้อย่างเป็นระเบียบ			-

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อพิจารณาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับ  
การตัดสินใจ จำแนกตามความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง  
ที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว  
และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับ  
การตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการ  
จราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.46: แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.46 (ต่อ): แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน (ต่อ)	
สมมติฐานที่ 2.2 สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.3 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.4 วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.6 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 3.1 สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.2 รูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.46 (ต่อ): แสดงสรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน (ต่อ)	
สมมติฐานที่ 3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน	ยอมรับ

สรุปข้อมูลจากตารางที่ 4.46 จากสมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยสรุปผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกันพบว่า มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้ที่ต่างกันพบว่า มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐานที่ 2 ผู้วิจัยสรุปผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวสมาชิกหรือกลุ่มในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ต่างกันพบว่า มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยสรุปผลได้ว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ด้านรูปแบบและการให้บริการด้านต่าง ๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว



ที่แตกต่างกันพบว่าการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) ศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 5) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภทวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามสะดวก (Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งในแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ 2) ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สมาชิกหรือกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว วันในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว 3) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) ประกอบไปด้วย สถานที่ที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 4) ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผล อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้  
ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีสมาชิกหรือกลุ่มในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถของสถานศึกษา/ บริษัทฯ หรือองค์กรมากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ใช้ระยะเวลาใน

การท่องเที่ยวแบบวันเดียวคือ ไปเช้าเย็นกลับมากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ได้รับข้อมูลสำหรับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ข้อมูลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมมากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 การเดินทางมีความสะดวกมากที่สุด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 สถานที่ท่องเที่ยวมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสําหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอมากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 สถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและกำลังเป็นที่นิยมมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ตและแหล่งอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) และท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.51$ ) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



2) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–60,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001–45,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาและวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวคนเดียว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



3) กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา, องค์กร, บริษัท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างรถโดยสารประจำทาง รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น และรถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถโดยสารประจำทาง ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กรให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสารและอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันวันเสาร์-วันอาทิตย์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียวไปเช้าเย็นกลับ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน และพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืนมากกว่า 3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 รูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการเดินทางมีความสะดวก ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบและราคาสินค้ามีความเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสมและราคาสินค้ามีความเหมาะสม การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ และมีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดินสุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 5.2 อภิปรายผลของการวิจัย

จากผลของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาสรุปและอภิปรายโดยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาไข่มุมการอ้างอิง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41–50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพลูกจ้าง/

พนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาวิณ เกตุรวม (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41–50 ปี จบปริญญาตรี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพค้าขาย และมีรายได้ต่อเดือน 30,001–45,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์มีความคล้ายคลึงกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ในกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่มากเช่นเดียวกัน

5.2.2 จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว มีสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถของสถานศึกษา/ บริษัทฯ หรือองค์กร ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์–วันอาทิตย์ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวคือ ไปเช้าเย็นกลับ การได้รับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับญาติหรือบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมากที่สุดคือ ญาติหรือบุคคลในครอบครัว และจะทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลในครอบครัวมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมนั้นถือว่าได้ทำบุญไปในเวลาเดียวกัน จึงมักเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ และการตัดสินใจมาเที่ยวนอกจากการได้รับข้อมูลข่าวสารจากญาติและครอบครัวแล้วยังมาจากแหล่งอื่นไม่ว่าจะเป็นจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวกับครอบครัวโดยเดินทางมาเที่ยวได้แบบเช้าเย็นกลับ อาจเป็นเพราะว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเช่นเดียวกันกับงานวิจัยครั้งนี้จึงส่งผลให้มีการเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับเช่นเดียวกัน

5.2.3 จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับ

สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม การเดินทางมีความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ สถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว ด้านการคมนาคมสะดวก การประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัย ดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเช่นเดียวกัน สภาพแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว นั้นเป็นเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมเช่นเดียวกับงานวิจัยในครั้งนี้ อีกทั้งการเดินทางคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสมเช่นเดียวกันจึงมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngoc & Trinh (2015) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ในประเทศเวียดนาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านราคา เช่นเดียวกับผลของการวิจัยในครั้งนี้

5.2.4 จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่า โดยภาพรวมมีการตัดสินใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สถานที่ ท่องเที่ยวมีความสวยงามและกำลังเป็นที่นิยมมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับข้อมูล ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ตและแหล่งอื่น ๆ ประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว มีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้ หลายเส้นทาง ใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ มีความพึงพอใจในสถานที่และ การบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย และคาดว่า จะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรณวณิกษ์ (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงไทยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมักมาเที่ยวในช่วงวันเสาร์- อาทิตย์ ทราบข้อมูลจากการบอกต่อโดยเพื่อนหรือครอบครัว เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ



โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นการมาเพื่อพักผ่อน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญระดับมากได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน อารมณ์และความรู้สึก และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญระดับค่อนข้างมากได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และด้านการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ หลากรูปแบบ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่ายและคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว มีความสะดวก ปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับด้านความปลอดภัยและสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง ใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับด้านการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเช่นเดียวกัน

5.2.5 จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ผลจากการทดสอบสมมติฐานดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพล ตันติวงศ์ตระกูล (2554) ที่ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนี คำสารานู (2558) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างด้านเพศมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกเกล้า แก้วเกล้า (2560) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีรินทร์ด้านเพศพบว่า ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาวิณ เกตุรวม (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่า ระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่ต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาวิณ เกตุรวม (2559) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกเกล้า แก้วเกล้า (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีนทร์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรีนทร์สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ ญัฐพล ตันติวงศ์ตระกูล (2554) ที่ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านสถานภาพสมรสส่งผลต่อ

การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนี คำสำราญ (2558) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างด้านอาชีพมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–60,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001–60,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001–45,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 60,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาวิณ เกตุรวม (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่าวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาและวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ (เพื่อการทำงาน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนี คำสำราญ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการเปรียบเทียบพบว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2.2 สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวคนเดียว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ (แฟน คู่รัก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศา มัจฉริยกุล (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ภายหลังการท่องเที่ยว ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงคือ เพื่อน และครอบครัว เนื่องจากว่าเพื่อนและครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวร่วมกันมีความเห็นชอบที่จะท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเช่นเดียวกันจึงจะส่งผลให้มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการ

เปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างรถโดยสารประจำทาง รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น และรถของสถานศึกษาบริษัท หรือองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสาร และอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถโดยสารประจำทาง ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสาร และอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสาร และอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถของสถานศึกษา บริษัท หรือองค์กร ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เรือโดยสาร และอื่น ๆ (รถเช่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี เหลืองฐิติกาญญา (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศได้ในวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการเปรียบเทียบพบว่า มีพฤติกรรมการเลือกวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศได้ในวันแตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2.4 วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักษัตรหรือวันสำคัญทางศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทนี คำสำราญ (2558) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการเปรียบเทียบพบว่า วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยเฉพาะการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียวไปเช้าเย็นกลับ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน และพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืน 2-3 คืน ให้ค่าเฉลี่ย



ระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักค้างคืนมากกว่า 3 คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี เหลืองฐิติกาญญา (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการเปรียบเทียบพบว่า มีพฤติกรรมการเลือกวิธีการเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กิจกรรมที่ทำให้สนใจท่องเที่ยวประเทศไต้หวันแตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมาก่อนหากต้องไปท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคตอาจเลือกวิธีเดินทางด้วยตนเองแทนการใช้บริษัทนำเที่ยว มีระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนานขึ้นกว่าเดิม สิ่งที่ทำให้สนใจไปท่องเที่ยวนอกจากสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมแล้วยังให้ความสนใจในเรื่องอื่น ๆ เช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2.6 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2554) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตดลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แหล่งข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 3.1 สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การมีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2554) ที่ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยด้านอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ ตะวัน (2557) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวข้ามวัดพม่าในจังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวข้ามวัดพม่าของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับการเดินทางมาพักผ่อนโดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพรณ ชลูนาค, สมศักดิ์ พงษ์เดช และพัชรา วงศ์แสงเทียน (2560) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาวมัง เทศบาลตำบลวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทรัพยากรของ

แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว  
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ  
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง เทศบาลตำบลวังทอง  
จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานที่ 3.2 รูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจ  
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่าง  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบ  
รายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการเดินทางมีความสะดวก  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่าย  
สินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ และราคาสินค้ามีความเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05  
กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัดร้านค้ามีความเหมาะสม  
และราคาสินค้ามีความเหมาะสม การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวก  
ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการจัด  
ราคาสินค้ามีความเหมาะสมให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการมี  
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันใหม่ แดงแก้ว (2554) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง  
การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า การจัดทำ  
โครงการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนใน  
ท้องถิ่น โดยสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชน และผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้  
นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ทำให้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์และเป็น  
กระบวนการสำคัญในการสร้างจิตสำนึกของชุมชนร่วมกัน ในการรักษาสมดุลของพื้นที่และสร้าง  
ฐานความรู้สำหรับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ และอย่างยั่งยืนเพื่อส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเดินทาง  
มาท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทัศน์ ศรีสุวรรณเกศ (2561) ที่ได้วิจัยเรื่อง  
แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก  
ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดี  
การท่องเที่ยว โดยมีค่าเท่ากับ .077 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจ  
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่าง  
ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบ  
รายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีสถานที่จอดรถสำหรับบริการ

นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร, ร้านอาหารสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ และมีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการร้านอาหาร, ร้านอาหารสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และมีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพรณี ชลุ่มนาค, สมศักดิ์ พงษ์เดช และพัชรา วงศ์แสงเทียน (2560) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง เทศบาลตำบลวังทอง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจ ปัจจัยด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินตลาด 120 ปีวิถีชาววัง เทศบาลตำบลวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานที่ 3.4 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ให้ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี เหลืองจิตติกาญจนา (2559) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

#### 5.3.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41–50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส เป็นลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนา/ปรับปรุงในด้านการบริการ อาหาร กิจกรรม การจัดแสดง ฯลฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีงานประจำทำ มีความเป็นผู้ใหญ่เนื่องด้วยอยู่ในช่วงอายุ 41–50 ปี และสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ก็อาจจัดกิจกรรมการทำบุญ สวดมนต์ข้ามปี จัดประเพณีซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น หรือเป็นกิจกรรมที่สามารถทำให้เกิดการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของคุณลักษณะประชากรก็สามารถบอกได้ว่ากลุ่มใดยังมาเข้าชมน้อย แต่ละกลุ่มพอใจมากน้อยในเรื่องอะไรบ้าง เช่น ด้านการจัดการด้านคมนาคมและด้านการจัดให้มีห้องพักพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ ฉะนั้นสามารถนำไปสู่การคิดวิเคราะห์หาสาเหตุ และหาวิธีเพื่อขยายฐานผู้เข้าชมต่อไป เช่น ปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่ จัดการฝึกอบรมให้มีจิตบริการมากขึ้น จัดสรรพื้นที่ค้าขายให้เหมาะสมกับผู้เดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น

#### 5.3.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว มีสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวโดยรถของสถานศึกษา/ บริษัทฯ หรือองค์กร ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวโดยไปเช้าเย็นกลับ ได้รับแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแล้วองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยการให้เพื่อนหรือญาติพี่น้องช่วยแนะนำต่อกับคนที่ไม่เคยมา จัดกิจกรรมน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้ง เช่น ประสานงานกับโรงแรม รีสอร์ท ที่พักที่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวในการจัดบริการที่พักให้เพียงพอเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนมากขึ้น ให้นักท่องเที่ยวที่สามารถเที่ยวได้หลายแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวในพระนครศรีอยุธยาเพิ่มขึ้นทั้งในวันจันทร์-วันศุกร์ วันเสาร์-วันอาทิตย์ และในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น

#### 5.3.3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม การเดินทางมีความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวมีบริการต่าง ๆ

เช่น ทางเดิน สุขภาพสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ สถานที่ท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น การปรับปรุง การบูรณปฏิสังขรณ์ศิลปะและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความคงไว้ซึ่งประวัติศาสตร์มากที่สุด จัดระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มแข็ง เช่น เพิ่มจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการโจรกรรมของมิจฉาชีพ ทำความสะอาดทางเดิน ห้องสุขาให้สะอาดอยู่เสมอ เป็นต้น

#### 5.3.4 ข้อมูลด้านการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม และกำลังเป็นที่นิยมมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ตและแหล่งอื่น ๆ การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่าย และคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้เป็นแนวทางการไปพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง เช่น ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านสื่อที่หลากหลายมากขึ้น จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ให้สอดคล้องกับกระแสละครทีวี หรือกระแสนิยมทางสื่อ โซเชียล ประกวดการแต่งกายอย่างไทย เป็นต้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

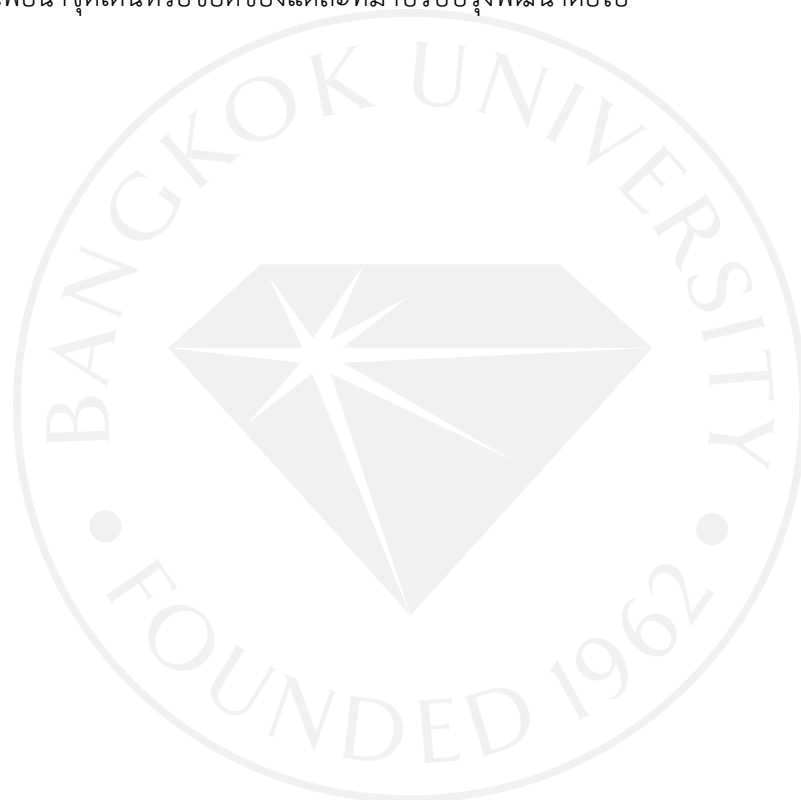
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้

5.4.1 ควรมีการวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ฝ่ายบริหาร และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสอบถามถึงความพึงพอใจและข้อควรปรับปรุงของประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงสิ่งของจัดแสดง รูปแบบสื่อที่ใช้จัดแสดง เนื้อหา ของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม ด้านการเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และในด้านอื่น ๆ

5.4.2 ควรมีการวิจัยเชิงการตลาด คือ ปัจจัยทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ตัวแปรเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวหากทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงการตลาดก็จะส่งให้การวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5.4.3 ควรจะมีการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจะได้พัฒนาจัดการพัฒนา ด้านสถานที่ ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือที่เที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มากให้มีประสิทธิภาพและเป็น ที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นจะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น

5.4.4 นำผลการวิจัยไปเปรียบเทียบกับสถานที่เที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์เมืองละโว้ เป็นต้น เพื่อนำจุดเด่นหรือข้อดีของแต่ละที่มาปรับปรุงพัฒนาต่อไป





### บรรณานุกรม

- กนกเกล้า แก้วเกล้า. (2560). ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครชัยบุรินทร์. *วารสารวิชาการ*, 9(1), 23–24.
- กมลวรรณ ตะวัน. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนซำวัดพม่าในจังหวัดลำปาง. *วารสารการจัดการ*, 7(2), 117–126.
- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พุทธศักราช 2561–2564 ของกรมการท่องเที่ยว: The tourism development strategic plan 2018–2021*. กรุงเทพฯ: วีไอพี ก๊อปปี้ปรินท์.
- การท่องเที่ยว. (2562). สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก [http://highlightthailand.com/th/main/detail\\_content/Tourismesources/57.html](http://highlightthailand.com/th/main/detail_content/Tourismesources/57.html).
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกษมณี เหลืองจิตติกาญจนา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยได้หวั่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นจาก <http://tourism-dan1.blogspot.com/>
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *ธุรกิจการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชนัญ วงษ์วิภาค, อมรชัย คหกิจโกศล, ลักษณ์มณี บุญเรือง และสว่าง เลิศฤทธิ. (2547). *การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2562). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://touristbeaviour.wordpress.com/1/>.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ญาณธร เสียรถาวร. (2559). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณัฐพล ตันติวงศ์ตระกูล. (2554). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ทศพล ชื่นอุปการนันท์. (2549). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรี อย่างยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมคึกคัก. (2562). สืบค้นจาก [https://kasikornbank.com/th/personal/the-wisdom/articles/Pages/Thailand-Travel\\_Apr2018.aspx](https://kasikornbank.com/th/personal/the-wisdom/articles/Pages/Thailand-Travel_Apr2018.aspx).
- ทวีลาภ รัตนราช. (2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงส์. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา (รายงานผลการวิจัย)*. ฉะเชิงเทรา: สำนักวิจัยและบริหารวิชาการ สถาบันราชชนรินทร์.
- ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์. (2539). *ผลการใช้ชุดการแนะนำอาชีพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนนาฏศิลป์ชั้นต้น ปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิพาพร ไตรบรรณ. (2557). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาหมู่บ้านอรุณภูมิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นภาพรณ ชลุ่มนาค, สมศักดิ์ พงษ์เดช และพัชรา วงศ์แสงเทียน. (2560). *ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถอนคนเดิน ตลาด 120 ปีวิไลชาววัง เทศบาลตำบลวังทอง จ.พิษณุโลก*. สืบค้นจาก <http://gnru2017.psru.ac.th/proceeding/120-25600830232838.pdf>.
- นริศา มัจฉริยกุล. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาวิน เกตุรวม. (2559). *การศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเมียนมาร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- นิจิรา คลังสมบัติ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปราณี ต้นประยูร และกิติมา ทามาลี. (2561). *การจัดการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ*. สืบค้นจาก <http://www.etheses.rbru.ac.th/pdf-uploads/thesis-184-file06-2016-03-07-10-29-12.pdf>.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *ระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. นนทบุรี: ผู้แต่ง.
- มัทนี คำสำราญ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมตตา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รวมสถานที่เที่ยวยอดนิยมในอยุธยา. (2562). สืบค้นจาก <https://www.edtguide.com/article/407093>.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2560). การใช้สูตรทางสถิติ (ที่ถูกต้อง) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 12(2), 50-53.
- วันใหม่ แดงแก้ว. (2554). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาริชต์ มัชฌิมบุรุษ. (2552). *รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ทำงานกระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- วิทศน์ ศรีสุวรรณเกศ. (2561). *แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก*. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิธาน จินาภักดี. (2555). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิไลวรรณ ศรีมันตะศิริภัทร. (2560). *พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหารและครูที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- วุฒิชัย จำนงค์. (2523). *พฤติกรรมการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมจิตร อินทมน และปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร. (2557). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. ใน *การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4* (หน้า 230-235). สงขลา: สถาบันวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้แบบบูรณาการ.
- สิรัชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยดุสิตธานี.
- สุณา ผาด่านแก้ว. (2556). *ศักยภาพของท้องถิ่นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัดเขาขุนพนม ตำบลบ้านเกาะ อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช: เอกสารถอดบทเรียนการบูรณาการวิชาการแก่สังคมกับการจัดการเรียนการสอน และการวิจัย*. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- สุนารณ จัยสถิตย์. (2555). *พฤติกรรมและความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2541). *วิสัยทัศน์การจัดการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2558). *บรรยายสรุปประจำปี 2558*. พระนครศรีอยุธยา: ผู้แต่ง.
- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). *แผนที่จังหวัด*. สืบค้นจาก <https://ww2.ayutthaya.go.th/content/map>.

- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). *ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). *รายงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2561*.  
อยุธยา: ผู้แต่ง.
- อยุธยาใกล้แค่ไหน จะไปเมื่อไรก็ได้...แล้วเมื่อไรจะไปได้ไป. (2562). สืบค้นจาก  
<https://breathemyworld.com/2019/05/31/>.
- อรุณศรี กุมุท. (2529). *เอกสารคำบรรยายการใช้ข้อมูลที่มีพันธักกับการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- Bowman, O. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีอะไรบ้าง*. สืบค้นจาก <https://wkynav.com>.
- Museum Thailand. (2560). *มรดกโลกอยุธยา*. สืบค้นจาก  
<https://www.museumthailand.com/en/3084/storytelling/>.
- Khazanie, R. (1996). *Statistics in a world of applications* (4<sup>th</sup> ed.). New York:  
Harper Collins.
- Khazanie, R. (1997). *Elementary statistics in a world of applications* (4<sup>th</sup> ed.).  
New York: Harper Collins.
- Ngoc, K. M., & Trinh, N. T. (2015). Factors affecting tourists' return intention towards  
Vung Tau City, Vietnam–A mediation analysis of destination satisfaction.  
*Journal of Advanced Management Science*, 3(4), 292–298.
- Richards, G. (2001). *Creating a new tourism?*. Retrieved from  
[https://www.researchgate.net/publication/254817496\\_Creating\\_a\\_new\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/254817496_Creating_a_new_tourism).
- Solomon, M. R. (2002). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (5<sup>th</sup> ed.).  
Upper Saddle River, NJ: Prentice–Hall.



ภาคผนวก ก

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย



## ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม (การท่องเที่ยว) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมร่วมสมัย และการศึกษา วัฒนธรรมที่หลากหลาย

2. ดร.พิพัฒน์พงศ์ พักแพ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและบริการ การจัดการแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การจัดการขายและการตลาดในโรงแรม การพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับการวิจัยด้านการท่องเที่ยว และการวิจัยตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม

3. ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

#### คำชี้แจง

- + 1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์
- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์

การหาค่า IOC (index of item-Objective Congruence) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใช้ สูตรดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	$\Sigma$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	R	แทน	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละข้อ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่มีค่าความสอดคล้องของข้อคำถามตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป  
คำถามนั้นตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย



ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>							
1	เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
2	อายุ ( ) ต่ำกว่า 21 ปี ( ) 21-30 ปี ( ) 31-40 ปี ( ) 41-50 ปี ( ) มากกว่า 50 ปี	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
3	ระดับการศึกษา ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
4	สถานภาพ ( ) โสด ( ) สมรส ( ) หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
5	อาชีพ ( ) แม่บ้าน ( ) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ( ) ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ ( ) ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท ( ) นักเรียน/ นักศึกษา ( ) เกษตรกร ( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
6	รายได้ ( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 15,001-30,000 บาท ( ) 30,001-45,000 บาท ( ) 45,001-60,000 บาท ( ) มากกว่า 60,001 บาท	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว</b>							
1	วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ( ) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ( ) เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว ( ) เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ( ) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ( ) อื่น ๆ .....	+1	0	+1	2	0.67	สอดคล้อง
2	สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว ( ) ท่องเที่ยวคนเดียว ( ) ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว ( ) ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กรบริษัท ( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
3	ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ( ) รถยนต์ส่วนตัว ( ) รถโดยสารประจำทาง ( ) รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ เป็นต้น ( ) รถของบริษัทฯ หรือองค์กร ( ) เรือโดยสาร ( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
4	วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ( ) วันจันทร์-วันศุกร์ ( ) วันเสาร์-วันอาทิตย์ ( ) วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา ( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยง</b>							
5	ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ( ) วันเดียวไปเช้าเย็นกลับ ( ) พักค้างคืนจำนวนหนึ่งคืน ( ) พักค้างคืน 2-3 คืน ( ) พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน ( ) อื่น ๆ .....	+1	0	+1	2	0.67	สอดคล้อง
6	แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ( ) ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง แนะนำ ( ) ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว ( ) ข้อมูลจากจากการโฆษณาผ่านสื่อ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ( ) ข้อมูลจากองค์กร โรงเรียน สถาบันการศึกษา ( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว</b>							
<b>1. สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว</b>							
	( ) สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>2. รูปแบบการให้บริการ</b>							
	( ) การเดินทางมีความสะดวก	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง



ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)</b>							
<b>3. สิ่งอำนวยความสะดวก</b>							
	( ) มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) มีบริการร้านอาหารร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
	( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>4. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว</b>							
	( ) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง
	( ) อื่น ๆ .....	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</b>							
1	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3			
<b>ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ต่อ)</b>							
2	มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการ ของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
3	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและกำลัง เป็นที่นิยม	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
4	ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
5	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
6	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่าย และคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
7	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้ รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
8	ท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุด ครั้งต่อไป	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
<b>สรุปได้ว่า ค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าระหว่าง 0.67-1.00</b>							<b>สอดคล้อง</b>



ฉบับที่ .....

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

.....

## คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. โปรดตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ข้อมูลดังกล่าวไม่มีผลต่อตัวท่านแต่อย่างใด แต่จะนำมาเพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น
3. แบบสอบถาม มี 4 ตอน คือ
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
  - ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
  - ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1) เพศ

- ชาย  หญิง

2) อายุ

- ต่ำกว่า 21 ปี  21-30 ปี  
 31-40 ปี  41-50 ปี  
 มากกว่า 50 ปี

3) ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี

4) สถานภาพ

- โสด  สมรส  
 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

5) อาชีพ

- แม่บ้าน/ พ่อบ้าน  ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ  
 ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ  ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท  
 นักเรียน/ นักศึกษา  เกษตรกร  
 อื่น ๆ .....

6) รายได้

- ต่ำกว่า 15,000 บาท  15,001-30,000 บาท  
 30,001-45,000 บาท  45,001-60,000 บาท  
 มากกว่า 60,001 บาท

## ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

- 1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
  - ( ) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
  - ( ) เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว
  - ( ) เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
  - ( ) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา
  - ( ) อื่น ๆ .....
- 2) สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว
  - ( ) ท่องเที่ยวคนเดียว
  - ( ) ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว
  - ( ) ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท
  - ( ) อื่น ๆ .....
- 3) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว
  - ( ) รถยนต์ส่วนตัว
  - ( ) รถโดยสารประจำทาง
  - ( ) รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น
  - ( ) รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร
  - ( ) เรือโดยสาร
  - ( ) อื่น ๆ .....
- 4) วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว
  - ( ) วันจันทร์-วันศุกร์
  - ( ) วันเสาร์-วันอาทิตย์
  - ( ) วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือวันสำคัญทางศาสนา
  - ( ) อื่น ๆ .....
- 5) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
  - ( ) วันเดียวไปเช้าเย็นกลับ
  - ( ) พักค้างคืน 1 คืน
  - ( ) พักค้างคืน 2-3 คืน
  - ( ) พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน
  - ( ) อื่น ๆ .....



6) แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

- ( ) ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ
- ( ) ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว
- ( ) ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- ( ) ข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา
- ( ) อื่น ๆ .....



### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

#### 1) สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

- สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์
- สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม
- สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย
- สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น
- มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม
- อื่น ๆ .....

#### 2) รูปแบบการให้บริการ

- การเดินทางมีความสะดวก
- การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ
- ราคาสินค้ามีความเหมาะสม
- มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับ

#### นักท่องเที่ยว

- อื่น ๆ .....

#### 3) สิ่งอำนวยความสะดวก

- มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ
- มีบริการร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ
- มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว
- มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและ

#### เพียงพอ

- อื่น ๆ .....

#### 4) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

- มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว
- มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ
- อื่น ๆ .....

ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีผลกับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลกับการตัดสินใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีผลกับการตัดสินใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลกับการตัดสินใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีผลกับการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

ข้อ	การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย					
2	มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม					
3	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม และกำลังเป็นที่นิยม					
4	ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ					
5	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวกปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง					
6	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่าย และคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว					
7	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ					
8	ท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว  
เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

\*\* ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม \*\*





## ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## Frequencies

## Statistics

		เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	สถานภา พ	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

## Frequency Table

## เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เพศชาย	182	45.5	45.5	45.5
	เพศหญิง	218	54.5	54.5	100.0
Total		400	100.0	100.0	

## อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 21 ปี	46	11.5	11.5	11.5
	21-30 ปี	78	19.5	19.5	31.0
	31-40 ปี	91	22.8	22.8	53.8
	41-50 ปี	117	29.3	29.3	83.0
	มากกว่า 50 ปี	68	17.0	17.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



## ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า ปริญญาตรี	152	38.0	38.0	38.0
ปริญญาตรี	182	45.5	45.5	83.5
สูงกว่า ปริญญาตรี	66	16.5	16.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	173	43.3	43.3	43.3
สมรส	189	47.3	47.3	90.5
หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	38	9.5	9.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	27	6.8	6.8	6.8
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	16.0	16.0	22.8
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	102	25.5	25.5	48.3
	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท	121	30.3	30.3	78.5
	นักเรียน/ นักศึกษา	38	9.5	9.5	88.0
	เกษตรกร	43	10.8	10.8	98.8
	อื่น ๆ	5	1.3	1.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## รายได้ต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 15,000 บาท	79	19.8	19.8	19.8
	15,001-30,000 บาท	102	25.5	25.5	45.3
	30,001-45,000 บาท	76	19.0	19.0	64.3
	45,001-60,000 บาท	72	18.0	18.0	82.3
	มากกว่า 60,001 บาท	71	17.8	17.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

### ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

#### Frequencies

#### Statistics

		วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

#### Frequency Table

#### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	45	11.3	11.3	11.3
เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	135	33.8	33.8	45.0
เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	117	29.3	29.3	74.3
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	80	20.0	20.0	94.3
อื่น ๆ	23	5.8	5.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ท่องเที่ยวคนเดียว	26	6.5	6.5	6.5
ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	167	41.8	41.8	48.3
ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท	159	39.8	39.8	88.0
อื่น ๆ	48	12.0	12.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid รถยนต์ส่วนตัว	97	24.3	24.3	24.3
รถโดยสารประจำทาง	45	11.3	11.3	35.5
รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	54	13.5	13.5	49.0
รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร	159	39.8	39.8	88.8
เรือโดยสาร	38	9.5	9.5	98.3
อื่น ๆ	7	1.8	1.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid วันจันทร์-วันศุกร์	49	12.3	12.3	12.3
วันเสาร์-วันอาทิตย์	215	53.8	53.8	66.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือ วันสำคัญทางศาสนา	136	34.0	34.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid วันเดียวไปเข้าเย็นกลับ	188	47.0	47.0	47.0
พักค้างคืนจำนวนหนึ่งคืน	114	28.5	28.5	75.5
พักค้างคืน 2-3 คืน	86	21.5	21.5	97.0
พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	12	3.0	3.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง แนะนำ	57	14.2	14.2	14.2
ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อ ออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ ของการท่องเที่ยว	190	47.5	47.5	61.8
ข้อมูลจากจากการโฆษณาผ่าน สื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	77	19.3	19.3	81.0
ข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา	76	19.0	19.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	





## ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

## Frequencies

## Statistics

		สถานที่และที่ตั้ง ของแหล่ง ท่องเที่ยว	รูปแบบการ ให้บริการ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว
N	Valid	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0

## Frequency Table

## สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าและเอกลักษณ์ ทางประวัติศาสตร์	25	6.3	6.3	6.3
	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้าน ศิลปะและวัฒนธรรม	154	38.5	38.5	44.8
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	113	28.2	28.2	73.0
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	95	23.8	23.8	96.8
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่ อย่างเหมาะสม	13	3.3	3.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## รูปแบบการให้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	การเดินทางมีความสะดวก	174	43.5	43.5	43.5
	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	30	7.5	7.5	51.0
	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	105	26.3	26.3	77.3
	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	91	22.8	22.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## สิ่งอำนวยความสะดวก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	116	29.0	29.0	29.0
	มีบริการร้านจำหน่ายอาหารร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	46	11.5	11.5	40.5
	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	112	28.0	28.0	68.5
	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	126	31.5	31.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	173	43.3	43.3	43.3
มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	82	20.5	20.5	63.7
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	145	36.3	36.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DEC1	400	1	5	3.63	.900
DEC2	400	1	5	3.67	.910
DEC3	400	1	5	3.98	.805
DEC4	400	2	5	3.82	.731
DEC5	400	1	5	3.78	.833
DEC6	400	1	5	3.81	.799
DEC7	400	1	5	3.72	.922
DEC8	400	1	5	3.51	1.026
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	400	1.50	5.00	3.7419	.8657
Valid N (listwise)	400				

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านต่าง ๆ

ปัจจัยด้านเพศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	เพศชาย	182	3.7538	.67162	.04978
	เพศหญิง	218	3.7320	.60375	.04089

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
การตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวเชิง ประวัติ ศาสตร์และ วัฒนธรรม	Equal variances assumed	2.892	.090	.343	398	.732	.02187	.06381	-.10357	.14732
	Equal variances not assumed			.340	367.926	.734	.02187	.06442	-.10481	.14856

ปัจจัยด้านอายุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Age

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway



Descriptives

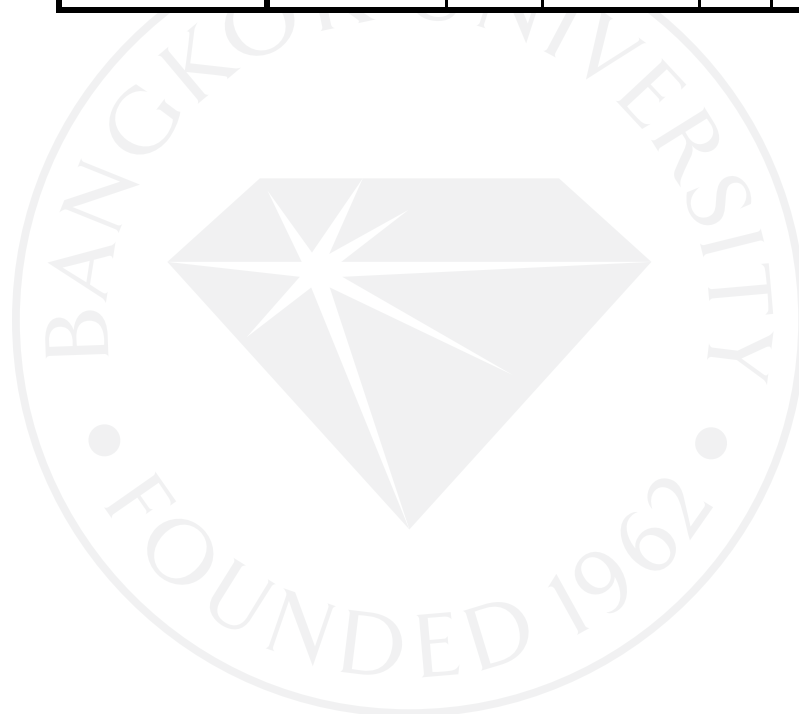
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 21 ปี	46	3.8393	.65468	.09653	3.6449	4.0338	1.88	4.88
21-30 ปี	78	3.6885	.54237	.06141	3.5662	3.8107	2.63	5.00
31-40 ปี	91	3.7591	.62526	.06554	3.6289	3.8893	2.38	5.00
41-50 ปี	117	3.7527	.67176	.06210	3.6297	3.8757	1.50	5.00
มากกว่า 50 ปี	68	3.6957	.67443	.08179	3.5325	3.8590	2.13	4.88
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.845	4	.211	.522	.720
Within Groups	159.944	395	.405		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 21 ปี	21-30 ปี	.15089	.11830	.203	-.0817	.3835
	31-40 ปี	.08023	.11512	.486	-.1461	.3065
	41-50 ปี	.08661	.11074	.435	-.1311	.3043
	มากกว่า 50 ปี	.14361	.12148	.238	-.0952	.3824
21-30 ปี	ต่ำกว่า 21 ปี	-.15089	.11830	.203	-.3835	.0817
	31-40 ปี	-.07066	.09819	.472	-.2637	.1224
	41-50 ปี	-.06427	.09302	.490	-.2471	.1186
	มากกว่า 50 ปี	-.00727	.10557	.945	-.2148	.2003
31-40 ปี	ต่ำกว่า 21 ปี	-.08023	.11512	.486	-.3065	.1461
	21-30 ปี	.07066	.09819	.472	-.1224	.2637
	41-50 ปี	.00639	.08894	.943	-.1685	.1812
	มากกว่า 50 ปี	.06339	.10200	.535	-.1371	.2639
41-50 ปี	ต่ำกว่า 21 ปี	-.08661	.11074	.435	-.3043	.1311
	21-30 ปี	.06427	.09302	.490	-.1186	.2471
	31-40 ปี	-.00639	.08894	.943	-.1812	.1685
	มากกว่า 50 ปี	.05700	.09703	.557	-.1338	.2478
มากกว่า 50 ปี	ต่ำกว่า 21 ปี	-.14361	.12148	.238	-.3824	.0952
	21-30 ปี	.00727	.10557	.945	-.2003	.2148
	31-40 ปี	-.06339	.10200	.535	-.2639	.1371
	41-50 ปี	-.05700	.09703	.557	-.2478	.1338



ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Edu

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	152	3.7468	.66215	.05371	3.6407	3.8529	1.88	5.00
ปริญญาตรี	182	3.6645	.62877	.04661	3.5725	3.7564	1.50	5.00
สูงกว่าปริญญาตรี	66	3.9444	.54383	.06694	3.8107	4.0781	2.63	4.75
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.802	2	1.901	4.807	.009
Within Groups	156.987	397	.395		
Total	160.789	399			

## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.08233	.06910	.234	-.0535	.2182
	สูงกว่าปริญญาตรี	-.19762*	.09270	.034	-.3799	-.0154
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.08233	.06910	.234	-.2182	.0535
	สูงกว่าปริญญาตรี	-.27994*	.09036	.002	-.4576	-.1023
สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.19762*	.09270	.034	.0154	.3799
	ปริญญาตรี	.27994*	.09036	.002	.1023	.4576

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยด้านสถานภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Status

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
โสด	173	3.7075	.62316	.04738	3.6140	3.8010	1.88	5.00
สมรส	189	3.7369	.59956	.04361	3.6508	3.8229	2.13	5.00
หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	38	3.9237	.82120	.13322	3.6538	4.1936	1.50	4.75
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.465	2	.733	1.825	.163
Within Groups	159.324	397	.401		
Total	160.789	399			

## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
โสด	สมรส	-.02936	.06666	.660	-.1604	.1017
	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	-.21617	.11349	.058	-.4393	.0070
สมรส	โสด	.02936	.06666	.660	-.1017	.1604
	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	-.18681	.11263	.098	-.4082	.0346
หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	โสด	.21617	.11349	.058	-.0070	.4393
	สมรส	.18681	.11263	.098	-.0346	.4082

ปัจจัยด้านอาชีพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Occ

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

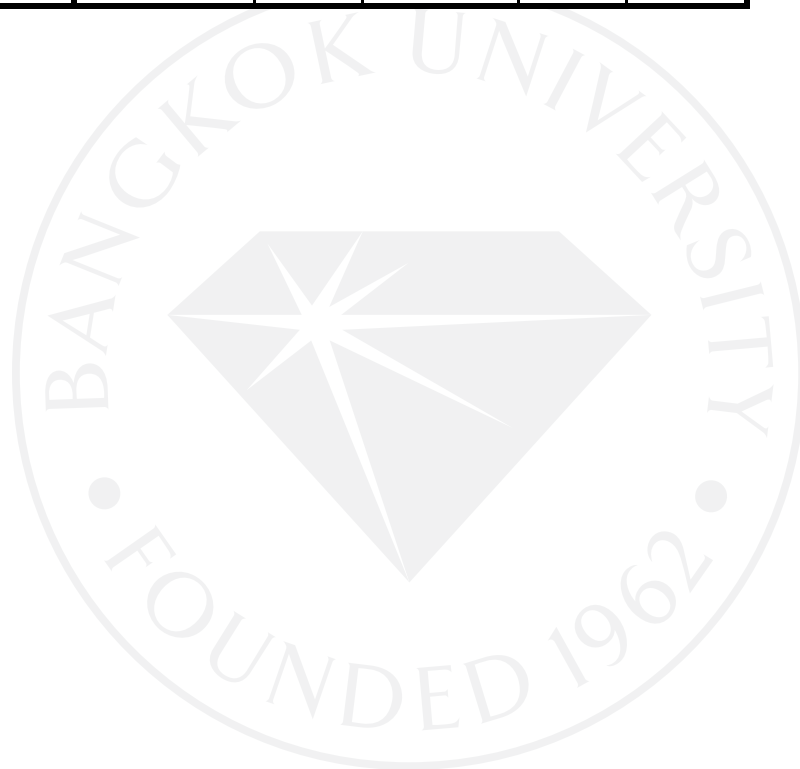
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	27	3.4981	.75660	.14561	3.1988	3.7974	1.50	5.00
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	3.7625	.68833	.08604	3.5906	3.9344	2.13	5.00
ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	102	3.8062	.61143	.06054	3.6861	3.9263	2.13	5.00
ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	121	3.8055	.53856	.04896	3.7085	3.9024	2.38	4.88
นักเรียน/ นักศึกษา	38	3.5979	.59683	.09682	3.4017	3.7941	2.63	4.75
เกษตรกร	43	3.6942	.78025	.11899	3.4541	3.9343	1.88	5.00
อื่น ๆ	5	3.4520	.47362	.21181	2.8639	4.0401	3.00	4.13
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.848	6	.641	1.606	.144
Within Groups	156.941	393	.399		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม						
LSD						
(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.26435	.14502	.069	-.5495	.0208
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.30803 <sup>*</sup>	.13677	.025	-.5769	-.0391
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	-.30731 <sup>*</sup>	.13450	.023	-.5717	-.0429
	นักเรียน/ นักศึกษา	-.09975	.15906	.531	-.4125	.2130
	เกษตรกร	-.19604	.15517	.207	-.5011	.1090
	อื่น ๆ	.04615	.30767	.881	-.5587	.6510
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	.26435	.14502	.069	-.0208	.5495
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.04368	.10077	.665	-.2418	.1544
	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	-.04295	.09767	.660	-.2350	.1491
	นักเรียน/ นักศึกษา	.16461	.12942	.204	-.0898	.4190
	เกษตรกร	.06831	.12461	.584	-.1767	.3133
	อื่น ๆ	.31050	.29344	.291	-.2664	.8874
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	.30803 <sup>*</sup>	.13677	.025	.0391	.5769
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.04368	.10077	.665	-.1544	.2418
	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	.00072	.08494	.993	-.1663	.1677
	นักเรียน/ นักศึกษา	.20828	.12010	.084	-.0278	.4444
	เกษตรกร	.11199	.11490	.330	-.1139	.3379
	อื่น ๆ	.35418	.28945	.222	-.2149	.9232
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	.30731 <sup>*</sup>	.13450	.023	.0429	.5717
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.04295	.09767	.660	-.1491	.2350
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.00072	.08494	.993	-.1677	.1663
	นักเรียน/นักศึกษา	.20756	.11751	.078	-.0235	.4386
	เกษตรกร	.11127	.11219	.322	-.1093	.3318
	อื่น ๆ	.35345	.28839	.221	-.2135	.9204
นักเรียน/นักศึกษา	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	.09975	.15906	.531	-.2130	.4125
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.16461	.12942	.204	-.4190	.0898
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.20828	.12010	.084	-.4444	.0278
	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	-.20756	.11751	.078	-.4386	.0235
	เกษตรกร	-.09629	.14070	.494	-.3729	.1803
	อื่น ๆ	.14589	.30063	.628	-.4451	.7369
เกษตรกร	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	.19604	.15517	.207	-.1090	.5011
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.06831	.12461	.584	-.3133	.1767
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.11199	.11490	.330	-.3379	.1139
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	-.11127	.11219	.322	-.3318	.1093
	นักเรียน/ นักศึกษา	.09629	.14070	.494	-.1803	.3729
	อื่น ๆ	.24219	.29859	.418	-.3448	.8292
อื่น ๆ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	-.04615	.30767	.881	-.6510	.5587
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.31050	.29344	.291	-.8874	.2664
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	-.35418	.28945	.222	-.9232	.2149
	ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท	-.35345	.28839	.221	-.9204	.2135
	นักเรียน/ นักศึกษา	-.14589	.30063	.628	-.7369	.4451
	เกษตรกร	-.24219	.29859	.418	-.8292	.3448

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ปัจจัยด้านรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Income

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway



Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	79	3.5878	.66812	.07517	3.4382	3.7375	1.88	5.00
15,001-30,000 บาท	102	3.6519	.59433	.05885	3.5351	3.7686	2.50	5.00
30,001-45,000 บาท	76	3.7224	.55892	.06411	3.5947	3.8501	2.38	4.75
45,001-60,000 บาท	72	3.8487	.63019	.07427	3.7007	3.9968	2.13	5.00
มากกว่า 60,001 บาท	71	3.9554	.67487	.08009	3.7956	4.1151	1.50	4.88
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.788	4	1.697	4.352	.002
Within Groups	154.001	395	.390		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) รายได้ต่อเดือน	(J) รายได้ต่อเดือน				Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	-.06401	.09358	.494	-.2480	.1200
	30,001-45,000 บาท	-.13452	.10033	.181	-.3318	.0627
	45,001-60,000 บาท	-.26090*	.10174	.011	-.4609	-.0609
	มากกว่า 60,001 บาท	-.36750*	.10211	.000	-.5683	-.1668
15,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	.06401	.09358	.494	-.1200	.2480
	30,001-45,000 บาท	-.07051	.09462	.457	-.2565	.1155
	45,001-60,000 บาท	-.19689*	.09611	.041	-.3858	-.0079
	มากกว่า 60,001 บาท	-.30349*	.09651	.002	-.4932	-.1138
30,001-45,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	.13452	.10033	.181	-.0627	.3318
	15,001-30,000 บาท	.07051	.09462	.457	-.1155	.2565
	45,001-60,000 บาท	-.12638	.10269	.219	-.3283	.0755
	มากกว่า 60,001 บาท	-.23298*	.10306	.024	-.4356	-.0304
45,001-60,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	.26090*	.10174	.011	.0609	.4609
	15,001-30,000 บาท	.19689*	.09611	.041	.0079	.3858
	30,001-45,000 บาท	.12638	.10269	.219	-.0755	.3283
	มากกว่า 60,001 บาท	-.10660	.10443	.308	-.3119	.0987
มากกว่า 60,001 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	.36750*	.10211	.000	.1668	.5683
	15,001-30,000 บาท	.30349*	.09651	.002	.1138	.4932
	30,001-45,000 บาท	.23298*	.10306	.024	.0304	.4356
	45,001-60,000 บาท	.10660	.10443	.308	-.0987	.3119

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

## ปัจจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Obj  
 /STATISTICS DESCRIPTIVES  
 /MISSING ANALYSIS  
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

### Descriptives

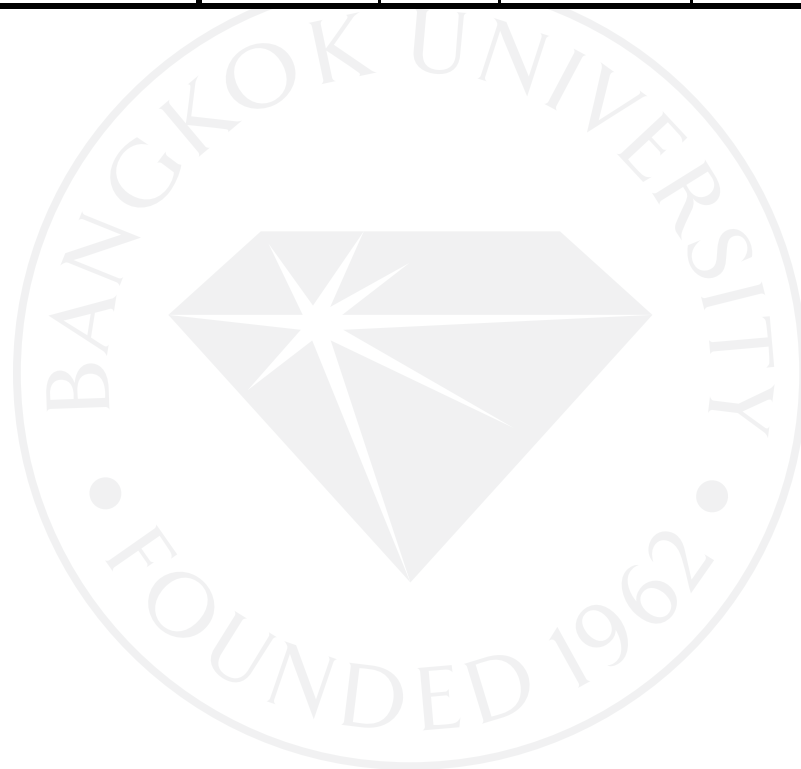
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	45	4.0336	.75605	.11270	3.8064	4.2607	2.38	5.00
เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	135	3.5682	.71945	.06192	3.4458	3.6907	1.50	5.00
เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	117	3.5560	.49108	.04540	3.4661	3.6459	2.50	4.75
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	80	3.9775	.40056	.04478	3.8884	4.0666	2.63	4.63
อื่น ๆ	23	4.3174	.27195	.05671	4.1998	4.4350	3.75	5.00
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	24.002	4	6.001	17.328	.000
Within Groups	136.787	395	.346		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	(J) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	.46533 <sup>*</sup>	.10129	.000	.2662	.6645
	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	.47757 <sup>*</sup>	.10322	.000	.2746	.6805
	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	.05606	.10965	.609	-.1595	.2716
	อื่น ๆ	-.28384	.15084	.061	-.5804	.0127
เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	-.46533 <sup>*</sup>	.10129	.000	-.6645	-.2662
	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	.01224	.07433	.869	-.1339	.1584
	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	-.40928 <sup>*</sup>	.08303	.000	-.5725	-.2460
	อื่น ๆ	-.74917 <sup>*</sup>	.13275	.000	-1.0101	-.4882
เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	-.47757 <sup>*</sup>	.10322	.000	-.6805	-.2746
	เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	-.01224	.07433	.869	-.1584	.1339
	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	-.42152 <sup>*</sup>	.08537	.000	-.5894	-.2537
	อื่น ๆ	-.76141 <sup>*</sup>	.13422	.000	-1.0253	-.4975
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	-.05606	.10965	.609	-.2716	.1595
	เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	.40928 <sup>*</sup>	.08303	.000	.2460	.5725
	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	.42152 <sup>*</sup>	.08537	.000	.2537	.5894
	อื่น ๆ	-.33989 <sup>*</sup>	.13923	.015	-.6136	-.0662
อื่น ๆ	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	.28384	.15084	.061	-.0127	.5804
	เพื่อพาครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาท่องเที่ยว	.74917 <sup>*</sup>	.13275	.000	.4882	1.0101
	เพื่อศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	.76141 <sup>*</sup>	.13422	.000	.4975	1.0253
	เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา	.33989 <sup>*</sup>	.13923	.015	.0662	.6136

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยด้านสมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Num

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

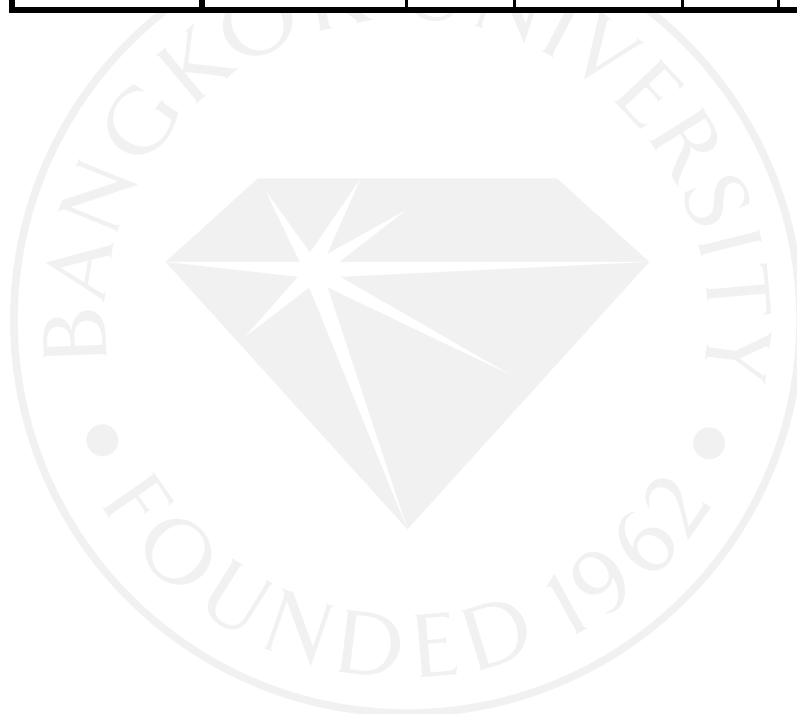
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ท่องเที่ยวคนเดียว	26	3.7858	.79769	.15644	3.4636	4.1080	2.13	5.00
ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	167	3.8068	.69899	.05409	3.7000	3.9136	1.50	5.00
ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท อื่น ๆ	159	3.5574	.52602	.04172	3.4750	3.6398	2.13	4.88
อื่น ๆ	48	4.1035	.40256	.05810	3.9867	4.2204	3.00	5.00
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00



## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.443	3	4.148	11.072	.000
Within Groups	148.346	396	.375		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	(J) สมาชิกหรือกลุ่มของการเดินทางท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ท่องเที่ยวคนเดียว	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	-.02106	.12904	.870	-.2747	.2326
	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา	.22835	.12948	.079	-.0262	.4829
	องค์กร บริษัท อื่น ๆ	-.31777*	.14904	.034	-.6108	-.0248
ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	ท่องเที่ยวคนเดียว	.02106	.12904	.870	-.2326	.2747
	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา	.24940*	.06782	.000	.1161	.3827
	องค์กร บริษัท อื่น ๆ	-.29672*	.10024	.003	-.4938	-.0997
ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท	ท่องเที่ยวคนเดียว	-.22835	.12948	.079	-.4829	.0262
	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	-.24940*	.06782	.000	-.3827	-.1161
	อื่น ๆ	-.54612*	.10080	.000	-.7443	-.3480
อื่น ๆ	ท่องเที่ยวคนเดียว	.31777*	.14904	.034	.0248	.6108
	ท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัว	.29672*	.10024	.003	.0997	.4938
	ท่องเที่ยวกับสถานศึกษา องค์กร บริษัท	.54612*	.10080	.000	.3480	.7443

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Tra

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

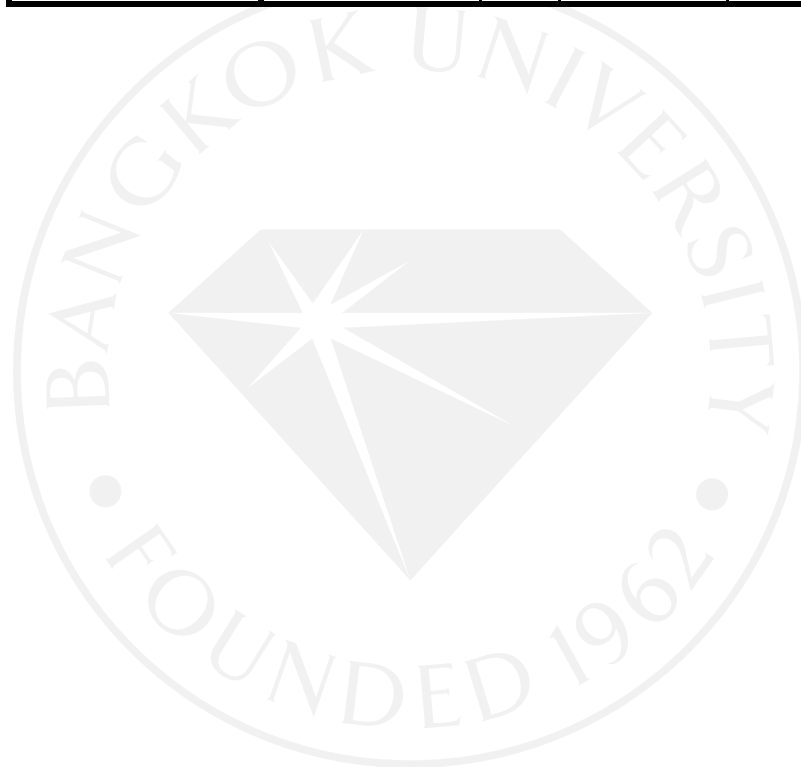
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
รถยนต์ส่วนตัว	97	3.8105	.65949	.06696	3.6776	3.9434	2.13	4.88
รถโดยสารประจำทาง	45	3.5473	.73741	.10993	3.3258	3.7689	1.88	5.00
รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซค์ เป็นต้น	54	3.6065	.58689	.07987	3.4463	3.7667	1.50	4.63
รถของสถานศึกษา บริษัทฯ หรือองค์กร	15	3.6220	.53219	.04221	3.5387	3.7054	2.38	4.88
เรือโดยสาร	38	4.3942	.44455	.07212	4.2481	4.5403	3.00	5.00
อื่น ๆ	7	4.2700	.45376	.17151	3.8503	4.6897	3.50	4.88
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23.557	5	4.711	13.527	.000
Within Groups	137.232	394	.348		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	(J) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	.26318*	.10645	.014	.0539	.4725
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้	.20403*	.10020	.042	.0070	.4010
	รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	.18850*	.07604	.014	.0390	.3380
	รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	-.58370*	.11295	.000	-.8057	-.3616
	เรือโดยสาร	-.45948*	.23097	.047	-.9136	-.0054
	อื่น ๆ					
รถโดยสารประจำทาง	รถยนต์ส่วนตัว	-.26318*	.10645	.014	-.4725	-.0539
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้	-.05915	.11912	.620	-.2933	.1750
	รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	-.07468	.09965	.454	-.2706	.1212
	รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	-.84688*	.13002	.000	-1.1025	-.5913
	เรือโดยสาร	-.72267*	.23979	.003	-1.1941	-.2512
	อื่น ๆ					
รถจ้างเหมา เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	รถยนต์ส่วนตัว	-.20403*	.10020	.042	-.4010	-.0070
	รถโดยสารประจำทาง	.05915	.11912	.620	-.1750	.2933
	รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	-.01553	.09296	.867	-.1983	.1672
	เรือโดยสาร	-.78773*	.12496	.000	-1.0334	-.5420
	อื่น ๆ	-.66352*	.23708	.005	-1.1296	-.1974
รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	รถยนต์ส่วนตัว	-.18850*	.07604	.014	-.3380	-.0390
	รถโดยสารประจำทาง	.07468	.09965	.454	-.1212	.2706
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้	.01553	.09296	.867	-.1672	.1983
	รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	-.77220*	.10657	.000	-.9817	-.5627
	เรือโดยสาร	-.64799*	.22792	.005	-1.0961	-.1999
	อื่น ๆ					
เรือโดยสาร	รถยนต์ส่วนตัว	.58370*	.11295	.000	.3616	.8057
	รถโดยสารประจำทาง	.84688*	.13002	.000	.5913	1.1025
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้	.78773*	.12496	.000	.5420	1.0334
	รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	.77220*	.10657	.000	.5627	.9817
	รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	.12421	.24274	.609	-.3530	.6014
	อื่น ๆ					
อื่น ๆ	รถยนต์ส่วนตัว	.45948*	.23097	.047	.0054	.9136
	รถโดยสารประจำทาง	.72267*	.23979	.003	.2512	1.1941
	รถจ้างเหมา เช่น รถตู้	.66352*	.23708	.005	.1974	1.1296
	รถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์ เป็นต้น	.64799*	.22792	.005	.1999	1.0961
	รถของสถานศึกษาบริษัทฯ หรือองค์กร	-.12421	.24274	.609	-.6014	.3530
	เรือโดยสาร					

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยด้านวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Dat

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimu m	Maximu m
					Lower Bound	Upper Bound		
วันจันทร์-วันศุกร์	49	3.693 9	.74209	.10601	3.4807	3.9070	2.13	5.00
วันเสาร์-วันอาทิตย์	215	3.863 2	.65281	.04452	3.7755	3.9510	1.50	5.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือ วันสำคัญทางศาสนา	136	3.567 5	.51456	.04412	3.4802	3.6548	2.38	4.88
Total	400	3.741 9	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.413	2	3.707	9.595	.000
Within Groups	153.376	397	.386		
Total	160.789	399			

## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) วันที่เดินทาง มาท่องเที่ยว	(J) วันที่เดินทาง มาท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
วันจันทร์-วันศุกร์	วันเสาร์-วันอาทิตย์	-.16933	.09839	.086	-.3628	.0241
	วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือ วันสำคัญทางศาสนา	.12638	.10356	.223	-.0772	.3300
วันเสาร์-วันอาทิตย์	วันจันทร์-วันศุกร์	.16933	.09839	.086	-.0241	.3628
	วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือ วันสำคัญทางศาสนา	.29571*	.06810	.000	.1618	.4296
วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือ วันสำคัญทางศาสนา	วันจันทร์-วันศุกร์	-.12638	.10356	.223	-.3300	.0772
	วันเสาร์-วันอาทิตย์	-.29571*	.06810	.000	-.4296	-.1618

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ปัจจัยด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Time

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
วันเดียวไปเช้า เย็นกลับ	188	3.9480	.57645	.04204	3.8650	4.0309	2.38	5.00
พักค้างคืนจำนวน หนึ่งคืน	114	3.6868	.67723	.06343	3.5611	3.8124	1.50	5.00
พักค้างคืน 2-3 คืน	86	3.3500	.51459	.05549	3.2397	3.4603	1.88	4.75
พักค้างคืน มากกว่า 3 คืน	12	3.8467	.49024	.14152	3.5352	4.1581	3.00	4.88
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	21.671	3	7.224	20.562	.000
Within Groups	139.118	396	.351		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) ระยะเวลาใน การท่องเที่ยว	(J) ระยะเวลาใน การท่องเที่ยว				Lower Bound	Upper Bound
วันเดียวไปเข้าเย็น กลับ	พักค้างคืนจำนวน หนึ่งคืน	.26122*	.07036	.000	.1229	.3995
	พักค้างคืน 2-3 คืน	.59798*	.07716	.000	.4463	.7497
	พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	.10131	.17648	.566	-.2456	.4483
พักค้างคืนจำนวน หนึ่งคืน	วันเดียวไปเข้าเย็นกลับ	-.26122*	.07036	.000	-.3995	-.1229
	พักค้างคืน 2-3 คืน	.33675*	.08466	.000	.1703	.5032
	พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	-.15991	.17988	.375	-.5136	.1937
พักค้างคืน 2-3 คืน	วันเดียวไปเข้าเย็นกลับ	-.59798*	.07716	.000	-.7497	-.4463
	พักค้างคืนจำนวน หนึ่งคืน	-.33675*	.08466	.000	-.5032	-.1703
	พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	-.49667*	.18265	.007	-.8557	-.1376
พักค้างคืนมากกว่า 3 คืน	วันเดียวไปเข้าเย็นกลับ	-.10131	.17648	.566	-.4483	.2456
	พักค้างคืนจำนวน หนึ่งคืน	.15991	.17988	.375	-.1937	.5136
	พักค้างคืน 2-3 คืน	.49667*	.18265	.007	.1376	.8557

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY Source

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	57	3.7375	.79926	.10586	3.5255	3.9496	1.50	5.00
ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	190	3.7305	.68003	.04933	3.6332	3.8278	2.13	5.00
ข้อมูลจากจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	77	3.4964	.45339	.05167	3.3935	3.5993	2.50	4.50
ข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/ สถาบันการศึกษา	76	4.0226	.38875	.04459	3.9338	4.1115	3.00	4.88
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.658	3	3.553	9.371	.000
Within Groups	150.131	396	.379		
Total	160.789	399			

## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

## LSD

(I) แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	(J) แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	.00707	.09299	.939	-.1757	.1899
	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	.24118*	.10759	.026	.0297	.4527
	ข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/สถาบันการศึกษา	-.28509*	.10789	.009	-.4972	-.0730
ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	-.00707	.09299	.939	-.1899	.1757
	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	.23411*	.08318	.005	.0706	.3976
	ข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/สถาบันการศึกษา	-.29216*	.08357	.001	-.4565	-.1279
ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	-.24118*	.10759	.026	-.4527	-.0297
	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	-.23411*	.08318	.005	-.3976	-.0706
	ข้อมูลจากองค์กร/ โรงเรียน/สถาบันการศึกษา	-.52627*	.09956	.000	-.7220	-.3305
ข้อมูลจากองค์กร/โรงเรียน/สถาบันการศึกษา	ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องแนะนำ	.28509*	.10789	.009	.0730	.4972
	ข้อมูลจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	.29216*	.08357	.001	.1279	.4565
	ข้อมูลจากการโฆษณาผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	.52627*	.09956	.000	.3305	.7220

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

**ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว**  
**ปัจจัยสถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิง**  
**ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม**

ONEWAY DEC BY LOC

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

**Descriptives**

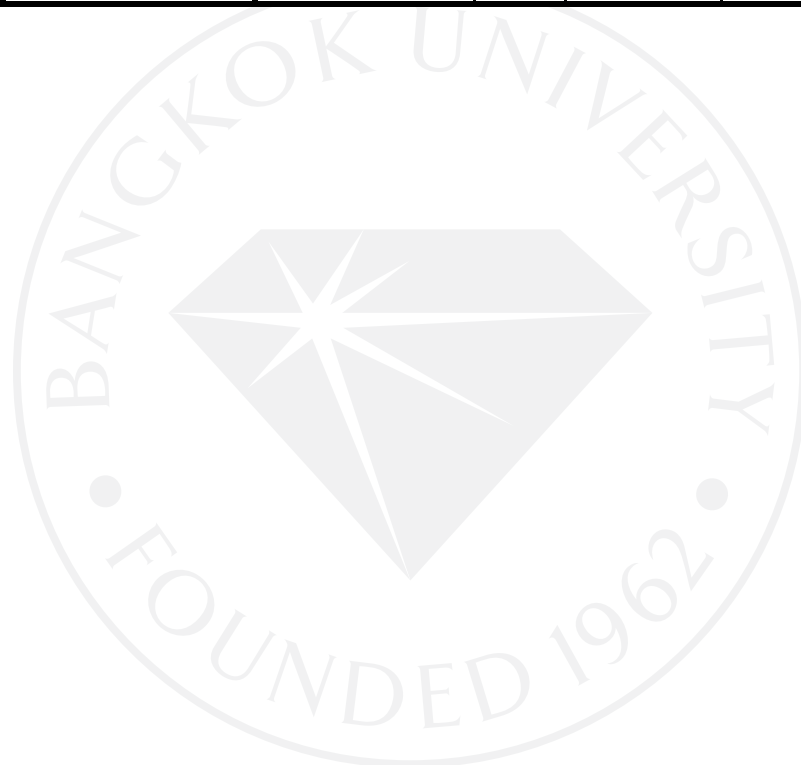
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และ เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	25	3.842 0	.63451	.12690	3.5801	4.1039	2.75	5.00
สถานที่ท่องเที่ยวมีความ สวยงามทางด้านศิลปะและ วัฒนธรรม	154	3.685 3	.70469	.05679	3.5731	3.7974	1.50	5.00
สถานที่ท่องเที่ยวมี สถาปัตยกรรมหลากหลาย	113	3.566 5	.57695	.05428	3.4590	3.6741	1.88	4.75
สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	95	3.938 2	.51062	.05239	3.8342	4.0422	2.38	4.88
มีป้ายแสดงคำอธิบายของ สถานที่อย่างเหมาะสม	13	4.310 8	.32528	.09022	4.1142	4.5073	3.75	4.88
Total	400	3.741 9	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.087	4	3.022	8.027	.000
Within Groups	148.702	395	.376		
Total	160.789	399			





## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	(J) สถานที่และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	.15674	.13230	.237	-.1034	.4168
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	.27545*	.13561	.043	.0088	.5421
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	-.09621	.13792	.486	-.3674	.1749
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	-.46877*	.20980	.026	-.8812	-.0563
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	-.15674	.13230	.237	-.4168	.1034
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	.11871	.07600	.119	-.0307	.2681
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	-.25295*	.08005	.002	-.4103	-.0956
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	-.62551*	.17721	.000	-.9739	-.2771
สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	-.27545*	.13561	.043	-.5421	-.0088
	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	-.11871	.07600	.119	-.2681	.0307
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	-.37166*	.08541	.000	-.5396	-.2038
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	-.74422*	.17969	.000	-1.0975	-.3909
สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	.09621	.13792	.486	-.1749	.3674
	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	.25295*	.08005	.002	.0956	.4103
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	.37166*	.08541	.000	.2038	.5396
	มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	-.37256*	.18144	.041	-.7293	-.0158
มีป้ายแสดงคำอธิบายของสถานที่อย่างเหมาะสม	สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่า และเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์	.46877*	.20980	.026	.0563	.8812
	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม	.62551*	.17721	.000	.2771	.9739
	สถานที่ท่องเที่ยวมีสถาปัตยกรรมหลากหลาย	.74422*	.17969	.000	.3909	1.0975
	สภาพภูมิทัศน์สวยงาม สะอาด และร่มรื่น	.37256*	.18144	.041	.0158	.7293

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยรูปแบบการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY SER

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
การเดินทางมีความสะดวก	174	3.9338	.68798	.05216	3.8308	4.0367	1.50	5.00
การจัดร้านค้าและร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	30	3.1903	.65668	.11989	2.9451	3.4355	2.13	4.88
ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	105	3.4866	.49188	.04800	3.3914	3.5818	2.13	4.63
มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	91	3.8515	.44426	.04657	3.7590	3.9441	2.75	4.63
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23.473	3	7.824	22.564	.000
Within Groups	137.316	396	.347		
Total	160.789	399			



## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) รูปแบบการให้บริการ	(J) รูปแบบการให้บริการ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
การเดินทางมีความสะดวก	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	.74346*	.11641	.000	.5146	.9723
	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	.44722*	.07277	.000	.3042	.5903
	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	.08225	.07618	.281	-.0675	.2320
การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	การเดินทางมีความสะดวก	-.74346*	.11641	.000	-.9723	-.5146
	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	-.29624*	.12191	.016	-.5359	-.0566
	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	-.66121*	.12397	.000	-.9049	-.4175
ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	การเดินทางมีความสะดวก	-.44722*	.07277	.000	-.5903	-.3042
	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	.29624*	.12191	.016	.0566	.5359
	มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	-.36497*	.08434	.000	-.5308	-.1992
มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ, แก้ไขปัญหาต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	การเดินทางมีความสะดวก	-.08225	.07618	.281	-.2320	.0675
	การจัดร้านค้าและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความเป็นระเบียบ	.66121*	.12397	.000	.4175	.9049
	ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	.36497*	.08434	.000	.1992	.5308

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY FAC

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway



Descriptives

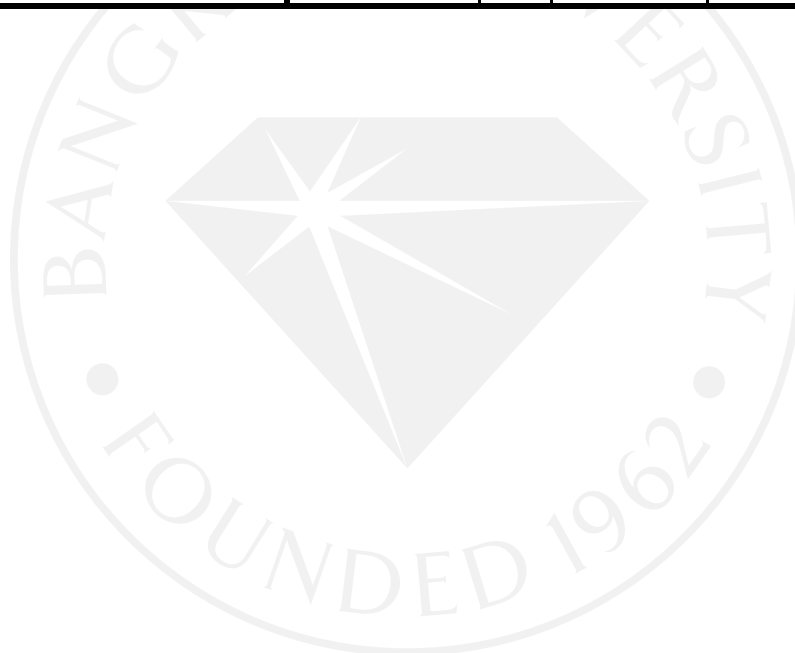
การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	116	4.1653	.58467	.05429	4.0578	4.2729	1.50	5.00
มีบริการร้านอาหารจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	46	3.0515	.48731	.07185	2.9068	3.1962	2.13	4.25
มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	112	3.4433	.50688	.04790	3.3484	3.5382	1.88	4.38
มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสําหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	126	3.8696	.46910	.04179	3.7869	3.9523	2.75	4.75
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	54.765	3	18.255	68.182	.000
Within Groups	106.024	396	.268		
Total	160.789	399			



## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) สิ่งอำนวยความสะดวก	(J) สิ่งอำนวยความสะดวก	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	มีบริการร้านอาหาร	1.11382*	.09016	.000	.9366	1.2911
	ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
	อย่างเพียงพอ					
มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	.72204*	.06855	.000	.5873	.8568
	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขา					
	สำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	.29574*	.06658	.000	.1648	.4266
มีบริการร้านอาหารร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	-1.11382*	.09016	.000	-1.2911	-.9366
	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	-.39178*	.09061	.000	-.5699	-.2136
	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	-.81808*	.08914	.000	-.9933	-.6428
มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	-.72204*	.06855	.000	-.8568	-.5873
	มีบริการร้านอาหารร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	.39178*	.09061	.000	.2136	.5699
	มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	-.42630*	.06720	.000	-.5584	-.2942
มีบริการต่าง ๆ เช่น ทางเดิน สุขาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	มีสถานที่จอดรถสำหรับบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	-.29574*	.06658	.000	-.4266	-.1648
	มีบริการร้านอาหารร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ	.81808*	.08914	.000	.6428	.9933
	มีที่นั่งพักตามจุดต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	.42630*	.06720	.000	.2942	.5584

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ปัจจัยความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
และวัฒนธรรม

ONEWAY DEC BY SAF

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING ANALYSIS

/POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิต และทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว	173	3.9976	.59256	.04505	3.9086	4.0865	1.50	5.00
มีห้องพยาบาลไว้สำหรับ นักท่องเที่ยว	82	3.4095	.65201	.07200	3.2663	3.5528	2.13	4.75
มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยไว้ดูแล การจัดการจราจรไว้อย่าง เป็นระเบียบ	145	3.6249	.55030	.04570	3.5346	3.7152	1.88	5.00
Total	400	3.7419	.63481	.03174	3.6795	3.8043	1.50	5.00

## ANOVA

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	22.353	2	11.177	32.052	.000
Within Groups	138.436	397	.349		
Total	160.789	399			

## Post Hoc Tests

## Multiple Comparisons

Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

LSD

(I) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	(J) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	.58806*	.07917	.000	.4324	.7437
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	.37268*	.06649	.000	.2420	.5034
มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	-.58806*	.07917	.000	-.7437	-.4324
มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	-.21538*	.08159	.009	-.3758	-.0550
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลการจัดการจราจรไว้อย่างเป็นระเบียบ	-.37268*	.06649	.000	-.5034	-.2420
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไว้ดูแลชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	มีห้องพยาบาลไว้สำหรับนักท่องเที่ยว	.21538*	.08159	.009	.0550	.3758

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



### การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Coefficient) พบว่า ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าแอลฟาเท่ากับ 0.902

### ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha	Corrected Item–Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย	0.902	0.825	0.878
2	มีความพึงพอใจในสถานที่และการบริการของบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม		0.762	0.883
3	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม และกำลังเป็นที่นิยม		0.747	0.889
4	ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารทางสื่อ อินเทอร์เน็ต และแหล่งอื่น ๆ		0.763	0.883
5	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง		0.669	0.892
6	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีความประหยัดค่าใช้จ่าย และคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว		0.766	0.883
7	การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมใช้ระยะเวลาเดินทางได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการ		0.553	0.902
8	ท่านคาดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในวันหยุดครั้งต่อไป		0.535	0.908

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	8

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DEC1	3.70	.837	30
DEC2	3.80	.925	30
DEC3	3.63	.615	30
DEC4	3.73	.868	30
DEC5	3.97	.850	30
DEC6	3.87	.860	30
DEC7	3.60	.814	30
DEC8	3.40	1.003	30

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DEC1	26.00	20.690	.825	.878
DEC2	25.90	20.438	.762	.883
DEC3	26.07	22.892	.747	.889
DEC4	25.97	20.861	.763	.883
DEC5	25.73	21.651	.669	.892
DEC6	25.83	20.902	.766	.883
DEC7	26.10	22.714	.553	.902
DEC8	26.30	21.666	.535	.908

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29.70	27.666	5.260	8

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	พัทธ์มน ภมรานนท์
อีเมล	bowpattamon29@gmail.com
วัน เดือน ปี เกิด	29 พฤษภาคม พุทธศักราช 2533
ที่อยู่ปัจจุบัน	293/1 ซอย 3 ถนนริมคลองประปาฝั่งซ้าย เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
ประวัติการศึกษา	Bachelor of Arts in International Hotel Management (IMI International Management)
ประสบการณ์การทำงาน	ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน: International Acquisition Officer



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 14 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....พัทธมน ภูมรานนท์..... อยู่บ้านเลขที่.....293/1  
ซอย.....3..... ถนน.....ริมคลองประปาฝั่งซ้าย ตำบล/แขวง.....บางซื่อ  
อำเภอ/เขต.....บางซื่อ..... จังหวัด.....กรุงเทพมหานคร..... รหัสไปรษณีย์.....10800  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....7610500212

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา.....การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.....

คณะ.....มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว..... ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
.....ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้  
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ของผู้  
อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำ  
การจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้



ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [Redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( พัทธมน ภมรานนท์ )

ลงชื่อ [Redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [Redacted] พยาน  
(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ [Redacted] พยาน  
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย