

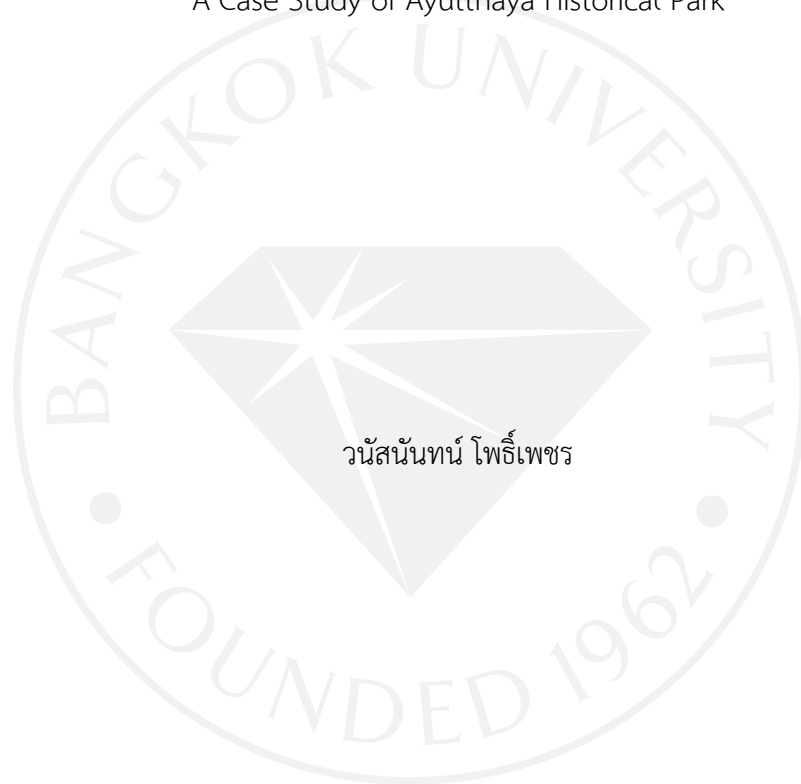
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
ของผู้เยี่ยมชมชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

Factors Influencing the Travailing Decisions to Historical Attractions of  
Thai Visitors: A Case Study of Ayutthaya Historical Park



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมชาวไทย  
กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

Factors Influencing the Travailing Decisions to Historical Attractions of Thai Visitors:  
A Case Study of Ayutthaya Historical Park



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2562



©2563

วนัสนันท์ โพธิ์เพชร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือน  
ชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา


ผู้วิจัย วนสนันท์ โพธิ์เพชร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

  
(ดร.ศิวศักดิ์ ปราชญ์สุขุม)

ผู้เชี่ยวชาญ

  
(ดร.ภูเกริก บัวสอน)



(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 สิงหาคม 2563

วันสนั่น พันธ์เพชร. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว, สิงหาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (94 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขชุม

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในและ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ตัวอย่างที่ใช้ ในการศึกษาจากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563 ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับ การศึกษาปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่เคย เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาแล้ว 1 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการมา ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว คือ ไปเช้า-เย็นกลับ มีค่าใช้จ่ายใน การมาท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 บาท ส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวกับเพื่อน และมีระยะเวลาในการวางแผน เดินทางล่วงหน้าสำหรับการท่องเที่ยว จำนวน 1-2 วัน โดยส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า อันดับแรกคือ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม รองลงมา คือ ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง และด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ตามลำดับ และ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า อันดับแรกคือ ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์แตกต่างกัน ปัจจัยภายในทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจ ทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงส่งผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด ( $\beta = .362$ ) และปัจจัยภายนอกทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด ( $\beta = .315$ )

คำสำคัญ: ปัจจัยภายใน, ปัจจัยภายนอก, การตัดสินใจท่องเที่ยว, อุทยานประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

Factors Influencing the Travailing Decisions to Historical Attractions of Thai Visitors:  
A Case Study of Ayutthaya Historical Park (94 pp.)

Advisor: Siwasak Pansukkum, Ph.D.

### **ABSTRACT**

The objectives of this research were to study the differences in travel behavior for historical tourism and the demographic factors which included gender, age, education, marriage status, occupation, and income, as well as to examine the factors influencing the decisions for visits to historical sites when classified by the demographic factors. Investigating the impact of internal and external factors influencing the decisions to visit historical sites was also carried out. The sample group comprised 400 Thai tourists who visited Ayutthaya Historical Park as selected by the purposive sampling method. A questionnaire was used for data collection from May to June 2020. The collected data was analyzed to find the percentage, mean and standard deviation. Statistics such as t-test, analysis of variance, and multiple regression analysis were also utilized.

The research results illustrated that most Thai visitors who visited Ayutthaya Historical Park were married women aged between 30–39 years old who had graduated with a bachelor's degree. Many of them were students and earned 15,001–25,000 THB per month. Regarding their tourism behavior, the majority of Thai visitors had visited Ayutthaya Historical Park in the past for recreation, usually for a one-day trip which had a budget over 2,000 THB. They mostly traveled with friends and had planned for the trip 1–2 days in advance by searching for information from the internet.

The first internal factors affecting the decision on historical tourism to Ayutthaya Historical Park visit were the cultural motivation, followed by status, prestige motivation, and physical motivation, respectively. For the external factors,

the environment was the most influential factor, followed by economic, technological, and public relations factors, respectively.

The hypothesis test results showed that the different demographic factors which included gender, age, education, marriage status, occupation, and income resulted in different decisions on historical tourism. Furthermore, the four internal factors which were physical, cultural, interpersonal, and status and prestige motivation affected the decision on historical tourism with a statistical significance of 0.05. When considering by aspect, physical motivation affected the decision on historical tourism the most ( $\beta = .362$ ). Moreover, the five external factors including political, economic, technological, social, and environmental had an impact on decision-making with a statistical significance of 0.05. When considering by aspect, the highest impact was from the environmental factor ( $\beta = .315$ ).

*Keywords: Internal Factor, External Factor, Traveling Decision, Historical Park, Cultural Tourism*



## กิตติกรรมประกาศ

ในการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ในครั้งนี้ถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จในชีวิตที่ทางผู้วิจัยภูมิใจต่อตนเอง โดยงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่สละเวลาอันมีค่าให้ความอนุเคราะห์ ชี้แนะแนวทางการดำเนินงาน ตลอดทั้งการช่วยเหลือและแก้ไขในสิ่งที่บกพร่อง ขอขอบพระคุณ ดร.ภูเกริก บัวสอน ที่ได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมให้การค้นคว้าอิสระมีความสมบูรณ์มากขึ้นเพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสามท่าน ได้แก่ ดร.มณีเนตร วรชนะนันต์, ดร.ณัฐฉิณีภรณ์ ปิงแก้ว และดร.ณัฐนุช จันทวิมล ที่ได้อนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขเครื่องมือให้ถูกต้อง

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณมิตรสหาย HTIM 61 ทุกท่านที่ร่วมกันเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือกันมาโดยตลอดจนจบหลักสูตร รวมไปถึงเพื่อน สร. 601 กลุ่มขณะนี้ โดยเฉพาะเพื่อนตัวฉิวธิดา ช่างต่อ ที่คอยช่วยเหลือข้าพเจ้าจนสำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณพี่อาร์ม ณรงค์ โตเจิม ที่คอยสนับสนุนและเป็นแรงใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่าน รวมทั้งครูบาอาจารย์ทุกท่าน ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ให้ความรู้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดจนสำเร็จการศึกษา ระดับปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณ คุณแม่วาสนา โพธิ์เพชร ที่มีโอกาสในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คอยอบรมเลี้ยงดู สนับสนุนส่งเสริมการศึกษาด้วยความรักและปรารถนาดีเสมอมา รวมไปถึงคุณพ่อจิรวุฒน์ มีช้าง รวมทั้งพี่น้องทุกท่านที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และคำแนะนำที่ดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับทุกท่านที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จครั้งนี้ ข้าพเจ้า นางสาวนันทน์ โพธิ์เพชร ขอขอบพระคุณทุกท่านด้วยความจริงใจ

วันสนั่นทน โพธิ์เพชร

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก	10
2.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	13
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว	14
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	16
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.8 สมมติฐานของการวิจัย	25
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	30
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	31

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	33
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	37
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	41
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	52
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	73
5.1 สรุปผลการวิจัย	73
5.2 อภิปรายผล	74
5.3 ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	83
ประวัติผู้เขียน	94
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	34
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	37
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย	40
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของช่องทางการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย	41
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	42
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม	46
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	47
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม	51
ตารางที่ 4.9: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ	52
ตารางที่ 4.10: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพ ทางการสมรส	54
ตารางที่ 4.12: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับ การศึกษา	56
ตารางที่ 4.13: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ	57
ตารางที่ 4.14: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	59
ตารางที่ 4.15: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ	60
ตารางที่ 4.16: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ	61
ตารางที่ 4.17: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพ ทางการสมรส	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับ การศึกษา	64
ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ	66
ตารางที่ 4.20: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	67
ตารางที่ 4.21: แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทาง กายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์	69
ตารางที่ 4.22: แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	71

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แผนที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	17
ภาพที่ 2.2: วัดไชยวัฒนาราม	18
ภาพที่ 2.3: วัดพระราม	19
ภาพที่ 2.4: วัดพระศรีสรรเพชญ์	20
ภาพที่ 2.5: วัดมหาธาตุ	21
ภาพที่ 2.6: วัดมเหยงคณ์	22
ภาพที่ 2.7: วัดราชบูรณะ	23
ภาพที่ 2.8: กรอบแนวคิดในการวิจัย	26



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้การจ้างงานที่สำคัญรวมทั้งกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ซึ่งส่งผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง ซึ่งสร้างรายได้และลดอัตราการว่างงานของคนไทยเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีการเคลื่อนไหวในทิศทางบวกอย่างต่อเนื่องในอนาคต จากการคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก ได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,600 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในระดับภูมิภาคและในระดับนานาชาติ (“ท่องเที่ยวปี 63 ยัง ‘ฝ่าดงหนาม’”, 2563)

ในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวน 164.24 ล้านคน สร้างรายได้ 1,068.18 พันล้านบาท (วิญญูภากรณ์ ศิริโสสม, 2562) โดยในภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นการเติบโตเชิงคุณภาพและยังเติบโตไปตามเป้าหมายโดยดูได้จากอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว สามารถสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปีที่ผ่านมามีกระแสละครอิงประวัติศาสตร์ "บุพเพสันนิวาส" และ "นาคิ" ทำให้เกิดการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในหลายแห่ง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ปราสาทหินพนมรุ้ง จ.บุรีรัมย์ ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย และสร้างเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของจังหวัด มีผลทำให้นักท่องเที่ยวขยายตัวจาก ปี พ.ศ.2554 จำนวน 50 ล้านคน เป็น 90 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการขยายตัวไปในทุกจังหวัด ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่จังหวัดเป็นจำนวนมาก (วิญญูภากรณ์ ศิริโสสม, 2562)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทยในอดีต โดยความเจริญดังกล่าวถ่ายทอดออกมาในรูปแบบสิ่งก่อสร้าง ซึ่งประกอบไปด้วย คติความเชื่อ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเนื้อที่ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 63 ของประเทศไทย มีทั้งหมด



16 อำเภอ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม น้ำท่วมถึง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำน้อย ทั้งนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากมาย ซึ่งความโดดเด่นที่คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านศิลปกรรมในยุคสมัยอยุธยา โดยในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 15,605 ล้านบาท มีนักท่องเที่ยวและทัศนอาจรเข้ามาประมาณ 8 ล้านคน เป็นชาวไทย ร้อยละ 70 ค่าใช้จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 1,000 บาท และต่างชาติ ร้อยละ 30 ค่าใช้จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 1,400-1,500 บาท โดยกว่าครึ่งเป็นนักท่องเที่ยว FIT (Free Individual Tourist) ที่เดินทางโดยรถตู้โดยสาร หรือรถไฟ และท่องเที่ยวภายในจังหวัดด้วยรถตุ๊กตุ๊ก หรือเช่าจักรยานปั่นชมโบราณสถาน (เกียรตินาค ศรีสกุล, 2561)

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้มีการกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 มีเนื้อที่ 1,810 ไร่ ตั้งอยู่ภายในเกาะเมืองอยุธยา เขตเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศเหนือ ตามถนนสายเอเชีย ระยะทางประมาณ 75 กิโลเมตร ต่อมาปี พ.ศ. 2540 กรมศิลปากรได้ประกาศเขตโบราณสถานเพื่อการอนุรักษ์เพิ่มเติม ครอบคลุมพื้นที่เกาะเมืองอยุธยาและพื้นที่รอบเกาะเมืองที่พบหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณคดี รวม 3,000 ไร่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการประกาศเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ภายใต้ชื่อ “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร” จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ครั้งที่ 15 ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 นับเป็นมรดกโลกลำดับที่ 576 (กรมศิลปากร, 2561)

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ ซึ่งเป็นชาวไทยร้อยละ 70 และต่างชาติร้อยละ 30 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13,000 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ในปี พ.ศ. 2556 มีสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 399,933 คน ในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 398,474 คน ในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 547,778 คน ในปี พ.ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 664,784 คน และในปี พ.ศ. 2562 ในครึ่งปีแรก มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 526,356 คน ซึ่งพบว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: ตารางเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์  
พระนครศรีอยุธยา

	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559
นักท่องเที่ยวชาวไทย	399,933	398,474 (-0.36%)	548,778 (+37.71%)	664,784 (+21.13%)

ที่มา: สถิติผู้เข้าชม สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (เอกสารภายใน).  
(2562). พระนครศรีอยุธยา: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า แนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมคนไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางให้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการวางแผนการท่องเที่ยวและด้านการตลาด อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงอุทยานประวัติศาสตร์อื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้นำข้อมูลไปใช้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแผนการตลาด และการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ของประเทศไทยต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมคนไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ตั้งขอบเขตของการวิจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 1.3.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

1.3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

#### 1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

1.3.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

1.3.3.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

1.3.3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

1.3.3.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

1.3.3.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบไปด้วย วัดไชยวัฒนาราม วัดพระราม วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดมหาธาตุ วัดมเหยงคณ์ และวัดราชบูรณะ

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยมีดังนี้

1.4.1 ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

1.4.2 ทราบถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.4.3 ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

1.4.4 ผลของการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านการตลาด นำไปใช้เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงด้านการจัดการได้ในอนาคต

## 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของศัพท์ที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

1.5.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี เพื่อชื่นชมสถานที่ท่องเที่ยวและได้มีความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดี (เจษฎา ขวัญเมือง, วรณิศ ทยะราษฎร์, ดางมล รามณู และรัตนกรณ ปรีดาสุทธิจิตต์, 2554)

1.5.2 ผู้เยี่ยมชม หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยไม่มีการพักค้างคืน

1.5.3 ปัจจัยภายใน หมายถึง แรงจูงใจภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง

1.5.4 ปัจจัยภายนอก หมายถึง สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง

1.5.5 อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หมายถึง สถานที่ที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ โดยกรมศิลปากร โดยประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญ 6 แห่ง ได้แก่ วัดไชยวัฒนาราม วัดพระราม วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดมหาธาตุ วัดมเหยงคณ์ และวัดราชบูรณะ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก
- 2.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 สมมติฐานของการวิจัย
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

การศึกษาข้อมูลและความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล อาทิ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ หรือข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ซึ่งแสดงลักษณะทางสังคม นับเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญของการศึกษาวิจัย เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ หรือความเป็นมาของบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงความต้องการ และพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันด้วย (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558 อังโน สุณิสสา ตรงจิตร, 2559, หน้า 15)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 อังโน ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558, หน้า 16) ได้จัดกลุ่มการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 1) อายุ เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกัน นักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการแบ่งแยกอายุของผู้บริโภคในการกำหนดกลยุทธ์หรือศึกษาความต้องการ รวมถึงการตัดสินใจ การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้ เช่น วัยเด็กจะมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่ต่างกับวัยสูงอายุ วัยนักศึกษามีความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างจากวัยทำงาน

2) เพศ คือ ตัวแปรสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งความแตกต่างของเพศเป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะของเพศที่ต่างกันของผู้บริโภคสามารถอธิบายและแยกแยะการตอบสนองของผู้บริโภคที่ต่างกันได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเพศชายและเพศหญิงจะมีค่านิยม วิธีคิด และวิธีการตัดสินใจ ที่แตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

3) สถานภาพการสมรส ประเภทของสถานภาพสมรสจะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล เนื่องจากวิธีคิด ทักษะคติ ความจำเป็น แนวทางการตัดสินใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด จะมีความแตกต่างกันตามแต่สถานภาพการสมรส เช่น บุคคลที่มีสถานภาพโสดนั้นจะมีอิสระทางความคิดสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเองอย่างอิสระและใช้เวลาน้อยกว่าบุคคลที่มีสถานภาพสมรส เป็นต้น

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ การแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้เกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวไม่เหมาะสมต่อการศึกษารายได้จะกลายเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าหรือบริการ ในความเป็นจริงนั้นการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอาจมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยมส่วนตัว เป็นต้น นักการตลาดส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้านรายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ คือ การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน การจัดการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการเฉพาะในแต่ละกลุ่ม เพื่อประโยชน์ต่อการวางตลาดเป้าหมายให้ตรงกับแผนการตลาดให้มากที่สุด เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ที่นิยมศึกษาโดยทั่วไปประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางการสมรส การศึกษา และอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้กับการศึกษาในครั้งนี้เพื่อแยกกลุ่มตลาดเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในแต่ละกลุ่ม ในประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว แร่งจูงใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวหรือการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นข้อมูลที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ โดย ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง การประพุดหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยว การแสดงออกในขณะที่ท่องเที่ยว อาจเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร การถ่ายรูป ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานส่วนบุคคล ที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่าง หรือประสบการณ์

ที่ได้รับขมะนั้น ซึ่งสอดคล้องกับ ปริณมา ลาปะ (2558) ซึ่งให้คำจำกัดความของพฤติกรรม การท่องเที่ยวว่า หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ชวัลนุช อุทยาน (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของ นักท่องเที่ยว ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อ ตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็น การทำงานของอวัยวะภายในร่างกายรวมทั้งอารมณ์และความรู้สึกนึกคิดที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จากการศึกษาศาสนาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้วิจัยได้สรุปวัตถุประสงค์ในการ ศึกษาหัวข้อดังกล่าว ดังนี้

1) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของ ฤดูกาล โดยศึกษาจากพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทางในแต่ละช่วงเวลา

2) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว โดยศึกษาจาก ทักษะคิดและความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

3) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด โดยศึกษาจากพฤติกรรม การใช้จ่ายและการเข้าถึงข้อมูล

4) การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหาด้านการท่องเที่ยว

การวางแผนดำเนินการใด ๆ ก็ตาม หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะ ของกลุ่มตลาดเป้าหมายย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาและความเสี่ยงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การศึกษา พฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของ พฤติกรรมที่แสดงออกและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตมาคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น โดยเหตุนี้การที่ การให้บริการต่อนักท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จนั้นจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรในองค์กร นั้น ๆ ว่ามีประสบการณ์และความรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการวางแผนให้มี ประสิทธิภาพได้เพียงไร

การศึกษานักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตามที่ วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1) การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน เพื่อธุรกิจ เพื่อกีฬา และเพื่อความสนใจพิเศษ

2) ตามลักษณะการจัดการเดินทาง ได้แก่ แบบอิสระ และแบบหมู่คณะ

3) การแบ่งตามถิ่นพำนักถาวรของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ



บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) กล่าวว่า การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐาน คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะของพฤติกรรมการเดินทางออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) เดินทางแบบกลุ่ม (Group) เป็นการซื้อบริการจากบริษัทนำเที่ยว เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยว ยานพาหนะ โรงแรม อาหาร ฯลฯ ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยว เช่น การเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น

2) เดินทางแบบอิสระ (Individual) จะเป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อตัวเอง เพื่อครอบครัวหรือไปกับเพื่อนสนิทเป็นการส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถส่วนตัวหรือเช่ารถขับไปกันเอง นักท่องเที่ยวจะเป็นอิสระในการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง ที่พัก ไม่จำกัดเวลาท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล รวมไปถึงองค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยว คำถามจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่จะใช้เพื่อให้ทราบลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ 5Ws และ 1H (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552; จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนาถ, 2553; นงลักษณ์ สุตันทวีบุรณ์, 2556 และ วศินี นวฤทธิศวิน, 2556) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) What แหล่งที่ท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการ (Objects) เป็นตัวการในการกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบของสินค้าหรือบริการ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2) Why เหตุผลในการมาท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาได้

3) Who บุคคลที่มีส่วนร่วมในการช่วยตัดสินใจ เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว อันได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ท่องเที่ยว และผู้เดินทางไปท่องเที่ยว

4) When ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงโอกาสในการท่องเที่ยว เช่น ช่วงฤดูกาลต่าง ๆ ของปี ช่วงวันของเดือน ช่วงเวลาของวัน ช่วงโอกาสพิเศษ หรือช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

5) Where ท่องเที่ยวที่ไหน เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว หรือใช้บริการ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย



6) How ท่องเที่ยวอย่างไร เป็นคำถามเพื่อช่วยให้ทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจท่องเที่ยว หรือกระบวนการในการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผล เพื่อเลือกตัดสินใจ การตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว และความรู้ที่ได้ภายหลังการท่องเที่ยว

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจากหลายงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยของ Kotler (2011), Koklič & Vida (2009) และ Vani, Babu & Panchanatham (2011) พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นผลจากปัจจัยหลายอย่างซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิก ในครอบครัว และปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประสบการณ์ ความรู้ และรูปแบบการใช้ชีวิต เป็นต้น

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากบุคคลใดก็ตาม ที่เดินทางท่องเที่ยวมักเกิดจากความต้องการ หรือเกิดจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถ ดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ นักวิชาการได้จำแนกปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อ การท่องเที่ยว ดังนี้

เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ได้กล่าวถึง บทบาทสำคัญของปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ที่มีต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวว่า ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยภายในนั้นเกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลที่ต้องการ จะเดินทางท่องเที่ยว (McGehee, Loker-Murphy & Uysal, 1996) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ทำหน้าที่ เหมือนโครงสร้างทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวซึ่งมีผลในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยว โดยปัจจัย ผลักดันนั้นจะมีลักษณะสำคัญอยู่ที่ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันไปพักผ่อน หรืออาจจะ เกี่ยวข้องกับเรื่องของสุขภาพหรือชื่อเสียงของบุคคลนั้น ๆ หรือแม้กระทั่งความต้องการเข้าไปมี ส่วนร่วมในสังคมอื่น ๆ ที่แตกต่างไปจากสังคมปกติของตนอีกด้วย ในขณะที่ปัจจัยภายนอกนั้นอาจจะ ถูกอธิบายได้ว่า เป็นปัจจัยที่จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้อย่างไร ซึ่งปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว กฎหมาย ระเบียบของการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ราคา และสื่อมวลชน ซึ่ง เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ได้อธิบายปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้

#### 1) ปัจจัยภายใน

ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และความเป็นอยู่ในครอบครัว เป็นต้น

## 2) ปัจจัยภายนอก

ลักษณะจุดหมายปลายทางและการอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ภูมิอากาศ ความสวยงามของภูมิประเทศ เหตุการณ์สำคัญทางวัฒนธรรม และกิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น

Goossens (2000) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจเพียงพอที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยว นั้นจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ ถนน สะพาน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร และมากไปกว่านั้น จะต้องมีการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง

ทั้งนี้ ปัจจัยภายในเป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

ปริมา ลาปะ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยมีข้อสรุปดังนี้

1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และสามารถบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายในทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก เป็นต้น การแสดงออกของนักท่องเที่ยว มักจะถูกจำกัดศักยภาพการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งอีกด้วย

2) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก การแสดงออกของนักท่องเที่ยวมักจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรจำนวนน้อย เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก บุคคลที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และมีกำลังมากพอในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรจำนวนน้อย เป็นต้น

3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) เป็นปัจจัยที่มีผลในการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยชื่นชอบการนอนอาบแดดเป็นเวลานาน ๆ เพราะ

ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อย ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก ประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์นี้ว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคม และวัฒนธรรมหล่อหลอม และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติ ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นจะเป็นตัวกำหนดตรรกะและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า หรือบริการ ในการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับปรุงสินค้าหรือบริการ ในการท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

4) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างมาก โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักคือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงตัดสินใจที่จะไม่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มี ปัญหาทางการเมือง

5) ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ในปัจจุบันปัจจัยด้านสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาท และส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกัน ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อทางดาวเทียม และอื่น ๆ ดังนั้น ปัจจัยทางสื่อสารมวลชนจึงสามารถ สร้างเสริมการท่องเที่ยวและสามารถทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

6) ปัจจัยทางเวลา สภาพและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยนี้จะมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีการวางแผนการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ปัจจัยทางเวลา สภาพและสุขภาพ จึงจะต้องพร้อมเพราะ ถ้าหากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการท่องเที่ยว และอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้

7) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้า หรือการ ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น เทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ได้แก่ระบบการจองที่พัก ระบบสำรองที่นั่ง เครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบ CRS (Computer Reservation System) ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

กล่าวโดยสรุปคือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้เกิด พฤติกรรมที่แตกต่างกัน เมื่อนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประสบปัญหาด้านการตลาด และการวางแผนงานในการดำเนินงานใน มิติต่าง ๆ ดังนั้น การวางกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองและศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของแต่ละกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้ตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

## 2.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

สำรวจ เมฆวรุฒิ (2550) กล่าวว่า ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีหลายปัจจัยเป็นองค์ประกอบแต่ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งที่ดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 6 ประการ คือ

- 1.1) ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ชายหาด เป็นต้น
- 1.2) สภาพลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศไม่ร้อนจัด หรือหนาวจัดจนเกินไป เป็นต้น
- 1.3) คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีมรดกทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เป็นต้น
- 1.4) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียม ศิลปกรรม เป็นต้น
- 1.5) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก โรงละคร สถานเริงรมย์ เป็นต้น
- 1.6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา ดำน้ำ ปีนเขา ล่องแก่ง เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งที่ใช้อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว นั้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

- 2.1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้าง เช่น จุดจำหน่ายบัตรเข้าชม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ร้านอาหาร ร้านค้า เป็นต้น
- 2.2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการ เช่น สวนหย่อม ลานกิจกรรม ม้านั่ง แสงสว่าง ระบบสาธารณูปโภค ระบบกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น
- 2.3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เช่น ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความปลอดภัยจากอุปกรณ์เครื่องเล่น เป็นต้น
- 2.4) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายต้อนรับ ป้ายบอกทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเครือข่ายการคมนาคมที่สะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาใน 5 ด้านด้วยกัน คือ

- 3.1) ประเภทของการคมนาคมที่ให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าการใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้การขนส่งหลาย

ประเภทพร้อมกันไป เช่น ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ ทางเครื่องบิน เป็นต้น

3.2) เส้นทางการขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย ของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3.3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความเพียงพอ คุณภาพมาตรฐาน ความสะดวกสบาย รวดเร็ว และความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ให้บริการ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

3.4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทั้งแบบส่วนตัว แบบครอบครัว และเป็นหมู่คณะ

3.5) ที่สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ยานพาหนะ เช่น ที่จอดรถ สถานีขนส่ง เป็นต้น

4) องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรร การบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายัง สถานที่ท่องเที่ยว เช่น การบริการด้านการตลาด การให้บริการข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดระบบการจัดการ อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

5) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยัง นักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ในการสื่อสารไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ว่า ในองค์ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) และการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว โดยในท้องถิ่นนั้นจะต้องมีแหล่งทรัพยากรที่มีคุณค่า มีเสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว ไปเยี่ยมชมเยือน อาจจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติหรือมรดกทางวัฒนธรรมก็ได้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวก็จะ เกิดระบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก มีการจับจ่ายใช้สอย มีผู้ประกอบการและ ชุมชนท้องถิ่นร่วมกันประกอบกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้ โดยองค์ประกอบดังกล่าวสามารถนำมา เป็นแนวทางสนับสนุนหรือผลักดันระบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

การตัดสินใจท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกันดังนี้

Johnston (2013) กล่าวว่า การตัดสินใจของลูกค้านั้นเป็นกระบวนการก่อนที่ลูกค้าจะซื้อ สินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของ ลูกค้า ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ ช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขาย

ได้อีกด้วย

Swarbrooke & Horner (2007) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวว่าเป็นสิ่งที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างมีเหตุผล ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวจึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนไปสถานที่ใดนักท่องเที่ยวต้องคิดถึงการเดินทางซึ่งอาจต้องเตรียมการล่วงหน้า นอกจากนั้นแล้วปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวนั้นยังเป็นสิ่งที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคคือการเลือกสินค้าหรือบริการจากทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง การตัดสินใจภายหลังจากผู้บริโภคได้เลือกสินค้า หรือบริการจากทางเลือกหลาย ๆ ทางแล้ว ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ นั่นคือการแลกเปลี่ยนเงินเพื่อได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ ในขั้นนี้ยังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาตัดสินใจอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ เงื่อนไขการซื้อ และความพร้อมที่จะจำหน่าย หากทั้ง 3 อย่างนี้เป็นที่พอใจก็จะเกิดการตัดสินใจซื้อแต่หากมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่เป็นที่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจจะไม่เกิดการตัดสินใจซื้อแม้ว่าจะพอใจในสินค้าหรือบริการแล้วก็ตาม กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักรู้ปัญหา

- สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น การที่บุคคลรู้สึกเครียด อ่อนล้าจากการทำงาน หรือรู้สึกจำเจกับชีวิตประจำวัน
- สิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว หรือธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อปลดปล่อยให้หายเหนื่อย

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

- แหล่งข้อมูลภายใน นักท่องเที่ยวอาจนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จักและจดจำไว้
- แหล่งข้อมูลภายนอก นักท่องเที่ยวอาจหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต จากนิตยสารท่องเที่ยว จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง จากบริษัทท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลทางสังคม อาทิ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก

- ระบุทางเลือกหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป
- เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ การตัดสินใจซื้ออาจจะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ราคาเป็นอันดับแรก หรือพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย เมื่อพิจารณาถี่ถ้วนแล้ว ก็นำมาจัดเรียงความสำคัญ แล้ว



ประเมินทางเลือกเพียงสิ่งเดียว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว หลังจากที่ได้ประเมินทางเลือกแล้วและทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดที่ตนเองมีความต้องการจริง ๆ บางครั้งอาจมีตัวแปรต่าง ๆ เข้ามามีอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล การเมืองเศรษฐกิจ สังคม การก่อการร้าย สงคราม ภัยพิบัติต่าง ๆ เหตุการณ์เหล่านี้้อาจทำให้นักท่องเที่ยวเลื่อนการเดินทางออกไป หรืออาจยกเลิกการเดินทางได้

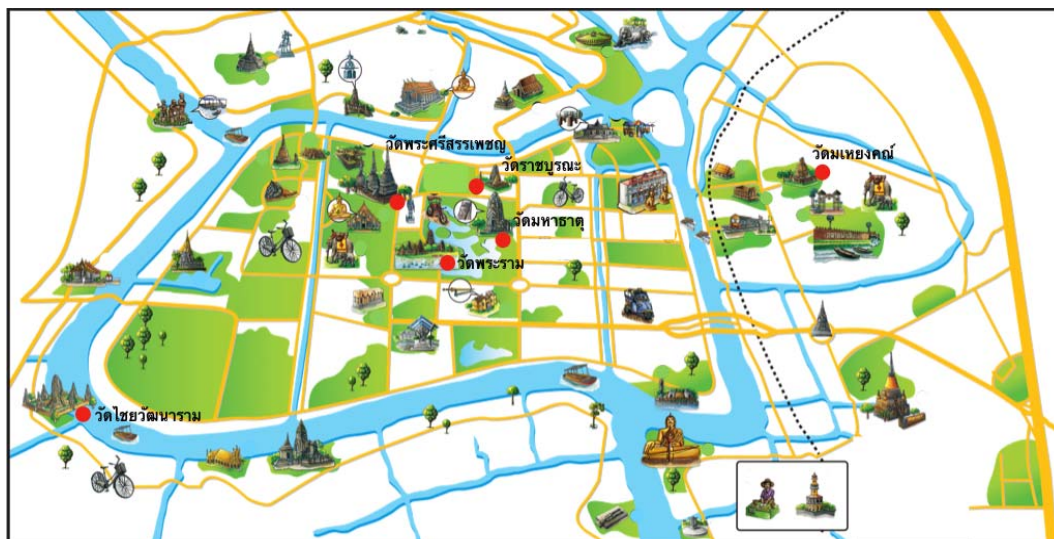
ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการเดินทาง นักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากประสบการณ์ที่ได้รับที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ และประสบการณ์ที่ได้รับจริงจากการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนั้น

สรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยหลากหลายปัจจัยรวมกัน ผู้ประกอบการที่ตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ก็จะทำให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่นั้นและใช้จ่ายในสถานที่นั้นด้วย ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้เพื่อส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

## 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้นมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว มีความแตกต่างไปตามแต่ละสถานที่ อีกทั้งยังมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นศูนย์รวมทางจิตใจของคนในแต่ละยุคสมัย ซึ่งประเทศไทยนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับทางประวัติศาสตร์อยู่หลายแห่ง มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของในแต่ละท้องถิ่น (ธนกร สุวุฒิกุล, 2552) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานับเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าและตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นอย่างมาก อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาประกอบไปด้วยโบราณสถานทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่

ภาพที่ 2.1: แผนที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



ที่มา: แผนที่เที่ยวอยุธยา Ayutthaya Map. (2559). สืบค้นจาก

<http://immayyomaptour.blogspot.com/2016/12/ayutthaya-map.html>.

#### 2.6.1 วัดไชยวัฒนาราม

ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศตะวันตก นอกเกาะเมืองอยุธยา วัดนี้แต่เดิมเรียกว่า “วัดไชยาราม” เป็นพระอารามหลวงสมัยอยุธยา เป็นวัดที่พระเจ้าปราสาททอง โปรดให้สร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2173 ได้ชื่อว่าเป็นโบราณสถานที่มีความงดงามมากแห่งหนึ่ง ความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ วัดนี้เป็นที่ฝังพระศพของเจ้าฟ้าธรรมธิเบศร์กับเจ้าฟ้าสังวาลย์ และเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระองค์ ที่มีชัยชนะต่อการรบกับเขมร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา, 2559)



ภาพที่ 2.2: วัดไชยวัฒนาราม



#### 2.6.2 วัดพระราม

ตั้งอยู่บริเวณกึ่งกลางของเกาะเมืองอยุธยา นอกเขตพระราชวังไปทางด้านทิศตะวันออก ตรงข้ามกับวิหารพระมงคลบพิตร ในพระราชพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐอักษรนิติ์กล่าวว่า สมเด็จพระรามาธิบดีทรงสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 1912 ทรงบริเวณที่ถวายพระเพลิงพระบรมศพพระเจ้าอู่ทอง และสร้างแล้วเสร็จในรัชสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ระหว่างช่วงปี พ.ศ. 1991–2031 พร้อมทั้งขนานนามว่า “วัดพระราม”

บริเวณพื้นที่ด้านหน้าวัดมีบึงขนาดใหญ่ มีชื่อปรากฏในกฎหมายเตียรบาลว่า “บึงซีซัน” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “บึงพระราม” ปัจจุบันคือ “สวนสาธารณะบึงพระราม” ใช้เป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน โบราณสถานที่สำคัญภายในวัด ได้แก่ พระปรางค์ประธาน พระอุโบสถ พระวิหาร และกลุ่มเจดีย์ราย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา, 2559)

ภาพที่ 2.3: วัดพระราม



### 2.6.3 วัดพระศรีสรรเพชญ์

ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของวิหารมณฑลพิตร เป็นวัดสำคัญที่สร้างอยู่ในพระราชวังหลวง เทียบได้กับวัดพระศรีรัตนศาสดารามแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ หรือวัดมหาธาตุแห่งกรุงสุโขทัย ในสมัยพระเจ้าอู่ทอง ทรงสร้างพระราชมณฑลเทียรเป็นที่ประทับในบริเวณนี้ ต่อมาสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงย้ายพระราชวังขึ้นไปทางเหนือ และอุทิศที่ดินเดิมให้สร้างวัดขึ้นภายในเขตพระราชวัง โปรดเกล้าฯ ให้สร้างเขตพุทธาวาสขึ้น เพื่อเป็นที่สำหรับประกอบพิธีสำคัญต่าง ๆ จึงเป็นวัดที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา ต่อมาในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระสถูปเจดีย์ใหญ่ 2 องค์ เมื่อ พ.ศ. 2035 องค์แรก เพื่อบรรจุพระบรมอัฐิ ของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ และองค์ที่ 2 เพื่อบรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 3 สำหรับเจดีย์องค์ที่ 3 สมเด็จพระหน่อพุทธางกูร ได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเพื่อบรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2

เจดีย์ 3 องค์นี้เป็นเจดีย์แบบลังการะหว่างเจดีย์แต่ละองค์มีมณฑลปก่อคั่นไว้ ซึ่งคงจะมีการสร้างในราวรัชกาลสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้มีการบูรณะเจดีย์แห่งนี้จนมีสภาพที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา, 2559)

ภาพที่ 2.4: วัดพระศรีสรรเพชญ์



#### 2.6.4 วัดมหาธาตุ

ตั้งอยู่เชิงสะพานป่าถ่าน ภายในเกาะเมืองอยุธยา ทางทิศตะวันออกของวัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นพระอารามหลวงในสมัยอยุธยาที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ลักษณะแผนผังของวัดสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนต้น เป็นวัดกลางเมืองในสมัยอยุธยา

ในพระราชพงศาวดารบางฉบับกล่าวว่า วัดนี้สร้างในสมัยสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 พระปรารักษ์วัดมหาธาตุถือเป็นปรารักษ์ที่สร้างในระยะแรกของสมัยอยุธยา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปรารักษ์ขอม ครั้งเสียกรุงศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2310 วัดแห่งนี้ถูกไฟไหม้เสียหายและถูกทิ้งร้าง จนในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ องค์พระปรารักษ์ประธานได้พังทลายลงมาอีกครั้งเหลือเพียงชั้นมุขเท่านั้น สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างในวัดคือ เศียรพระพุทธรูปหินทราย ที่มีรากไม้ปกคลุม คาดว่าเศียรพระพุทธรูปนี้จะหล่นลงมาอยู่ที่โคนต้นไม้ในสมัยเสียกรุง จนรากไม้ขึ้นปกคลุมอย่างที่เห็นในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา, 2559)



ภาพที่ 2.5: วัดมหาธาตุ



#### 2.6.5 วัดมเหยงคณ์

ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา อยู่นอกเขตเมืองมาทางทิศตะวันออก เดิมเป็นพระอารามหลวงฝ่ายวิปัสสนาธุระที่เคยสำคัญยิ่งในอดีตสมัยอยุธยา โดยเจ้าสามพระยาทรงสร้างขึ้น แต่ได้กลายเป็นวัดร้าง คาดว่านับตั้งแต่เสียกรุงศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 เมื่อปี พ.ศ. 2310 แนวคิดทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเกี่ยวกับการสร้างวัดมเหยงคณ์ได้แตกออกเป็น 2 แนวทาง คือ

- พงศาวดารเหนือ บันทึกไว้ว่า พระนางกัลยาณี มเหสีของพระเจ้าธรรมราชา กษัตริย์องค์ที่ 8 ของอโยธยาเป็นผู้สร้างวัดมเหยงคณ์ ซึ่งแสดงว่า วัดมเหยงคณ์สร้างในสมัย อโยธยาก่อนตั้งกรุงศรีอยุธยาอย่างน้อย 40 ปี

- พงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา ได้บันทึกไว้ว่า ศักราช 785 มะโรงศก (พ.ศ. 1967) สมเด็จพระเจ้าสามพระยา กษัตริย์กรุงศรีอยุธยา เป็นผู้สร้างวัดมเหยงคณ์ ขณะที่พงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐอักษรนิติกล่าวว่ ศักราช 800 มะเมียศก (พ.ศ.1981) สมเด็จพระเจ้าสามพระยาเป็นผู้สร้างวัดมเหยงคณ์

ปัจจุบันกรมศิลปากรได้เข้าไปบูรณะและเนื้อที่นอกเขตโบราณสถานได้จัดเป็นสำนักปฏิบัติกรรมฐาน โดยมีประชาชนเข้าไปรับการอบรมเป็นจำนวนมาก (วัดมเหยงคณ์, 2562)

ภาพที่ 2.6: วัดมเหยงคณ์



#### 2.6.6 วัดราชบูรณะ

ตั้งอยู่ตรงเชิงสะพานป่าถ่าน ภายในเกาะเมืองอยุธยา ทางด้านทิศเหนือของวัดมหาธาตุ พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ระบุว่า สมเด็จพระเจ้าสามพระยาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1967 ณ บริเวณที่ถวายพระเพลิงพระศพพระเจ้าอู่ทองทั้ง 2 พระองค์ คือ เจ้าอ้ายพระยาและเจ้ายี่พระยา ซึ่งทรงทำยุทธหัตถีแย่งชิงราชสมบัติจนถึงแก่พิราลัยพร้อมกัน และโปรดเกล้าฯ ให้ก่อเจดีย์ 2 องค์ เรียกว่า “เจดีย์เจ้าอ้ายเจ้ายี่” อยู่บริเวณเชิงสะพานป่าถ่านทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของวัดราชบูรณะ

วัดราชบูรณะถูกไฟไหม้เสียหายมากเมื่อคราวเสียกรุง ชากที่เหลืออยู่แสดงว่าวิหารและส่วนต่าง ๆ ของวัดนี้ใหญ่โตมาก ปัจจุบันยังปรากฏซากของเสาพระวิหารและฐานชุกชีพระประธานเหลืออยู่ พระปรารค์ประธานเป็นศิลปะอยุธยาสมัยแรกซึ่งนิยมสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมขอมที่ให้พระปรารค์เป็นประธานของวัด ซ่องคูหาของพระปรารค์มีพระพุทธรูปยืนปูนปั้นประดิษฐานช่องละ 1 องค์ องค์ปรารค์ประดับด้วยปูนปั้นรูป ครุฑ ยักษ์ เทวดา นาค พระปรารค์องค์นี้มีลวดลายสวยงามภายในกรุปารค์มีห้องกรุ 2 ชั้น สามารถลงไปชมได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา, 2559)

ภาพที่ 2.7: วัดราชบูรณะ



## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยกรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นประเด็นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

ชนินทร์ เก่งกล้า และธิตี มีปลื้ม (2555) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในส่วนต่าง ๆ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างขวางของสถานที่ ด้านการ



ประชาสัมพันธพบว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยไป ด้านแรงจูงใจพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ การเดินทางที่สะดวกสบาย และยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานครอีกด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ด้านการเดินทาง พาหนะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจะอยู่ที่ 850-1,000 บาท

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอโยธยา และแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจาก นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะด้าน ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้าน อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ในด้านเพศและสถานภาพทางสังคมนั้น แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธรา สุขศิริ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความแตกต่างของแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมายกับปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และอิทธิพลระหว่างแรงจูงใจในแต่ละด้านกับทัศนคติต่อ คุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อม และการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยการเก็บ ข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละและ ค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม 2) ด้านเกียรติภูมิ 3) ด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมและการจัดการ 2 ระดับ คือ ดีมากและดีปานกลาง โดยที่มีทัศนคติ ดีมาก ร้อยละ 54.75 และดีปานกลาง ร้อยละ 45.25 นอกจากนี้ เพศไม่มี

ความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการ ( $p = 0.633$ ) ปัจจัยทางด้านประชากรที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อธิบายได้ดังนี้ คุณลักษณะด้านประชากรที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมต่างกัน ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้ มีแรงจูงใจแตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะด้านประชากรที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิต่างกัน ได้แก่ อายุ และภูมิลำเนา ลักษณะด้านประชากรที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการพักผ่อนต่างกัน ได้แก่ อาชีพ และแรงจูงใจในแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการ โดยที่แรงจูงใจในด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการมากที่สุด ( $\beta = 0.321$ ) รองลงมา คือ แรงจูงใจในด้านการพักผ่อน ( $\beta = 0.170$ ) และแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ ( $\beta = 0.029$ )

สุขุม คงศิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธีระ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้เพื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ตรงตามกรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

## 2.8 สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีสมมติฐานของการวิจัยดังนี้



2.8.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แตกต่างกัน

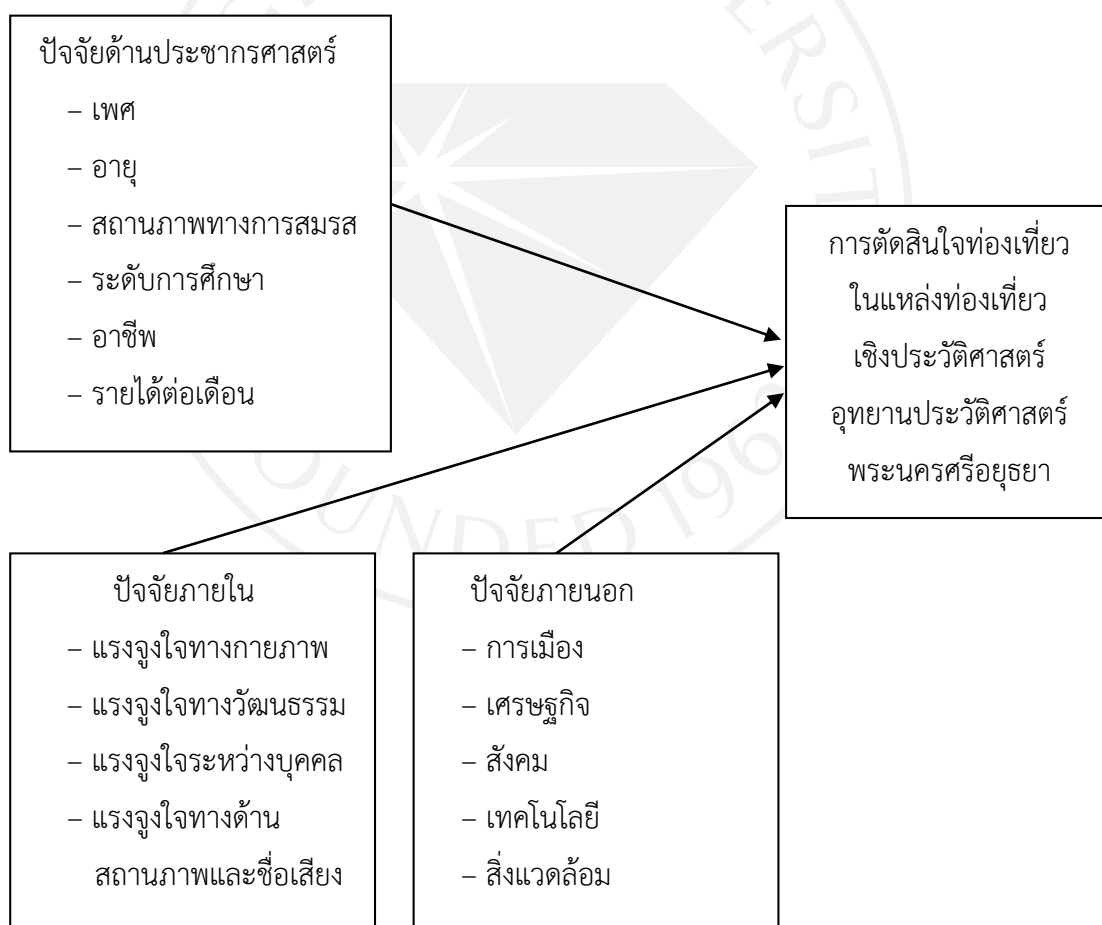
2.8.2 ปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.8.3 ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

## 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์ในประเทศไทย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ภาพที่ 2.8: กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักสถิติในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกจากจำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกได้แก่ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ณ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ผู้วิจัยกำหนดขนาดจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ G\* Power Computer Software ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05, Effect Size = 0.25 Power  $(1-\beta) = 0.95$  ได้ขนาดตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 350 คน (Erdfelder, Faul & Buchner, 1996) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับตัวอย่างเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือความไม่สมบูรณ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการทำแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

#### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างตาม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างตามกรอบแนวคิดในการวิจัย มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ โดยผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำเครื่องหมายลงในช่องว่างที่เตรียมไว้ที่ตรงกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย ระยะเวลาในการวางแผนเดินทางล่วงหน้า การวางแผนในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว โดยการทำเครื่องหมายลงในช่องว่างที่เตรียมไว้ จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ และข้อคำถามที่เกี่ยวกับช่องทางการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 1 ข้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทัศนศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มีอิทธิพลมาก
- 3 คะแนน หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง มีอิทธิพลน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00	หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20	หมายถึง มีอิทธิพลมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40	หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง มีอิทธิพลน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80	หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทัศนศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง มีอิทธิพลมาก
3 คะแนน	หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง มีอิทธิพลน้อย
1 คะแนน	หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00	หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20	หมายถึง มีอิทธิพลมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40	หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง มีอิทธิพลน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

### 3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทัศนศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวมถึงทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามจุดมุ่งหมายและตัวแปรที่ต้องการศึกษา

3.3.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) พิจารณาความถูกต้องในเนื้อหา การใช้ภาษา การจัดหมวดหมู่ข้อคำถาม และเพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ในกรณีที่มีความเห็นว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ในกรณีที่ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ในกรณีที่มีความเห็นว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

พบว่า มีค่าความเที่ยงตรง 0.7 ซึ่งหมายถึง มีความเที่ยงตรงในระดับที่เชื่อถือได้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551)

3.3.4 ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำที่ได้รับมาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญ

3.3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวนทั้งสิ้น 30 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและความสมบูรณ์ของเครื่องมือวิจัย โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) เพื่อทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ของสถิติคือมากกว่า 0.70 (มนสิข สิทธิสมบูรณ์, 2550)

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.4.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามกำหนดการและแผนงานที่ได้วางไว้ ซึ่งจะเก็บข้อมูล ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย วัดไชวัฒนาราม วัดพระราม วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดมหาธาตุ วัดมเหยงคณ์ และวัดราชบูรณะ ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563

3.4.2 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม และจัดระบบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

### 3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยซึ่งเทคนิคทางสถิติที่นำมาใช้ ได้แก่

3.5.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยแสดงผลการวิจัยในรูปแบบตาราง โดยใช้อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 และเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2

3.5.2 การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

3.5.3 การวัดการกระจาย ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 เกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

3.5.4 One-way ANOVA ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้

3.5.5 t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ

3.5.6 Regression ใช้ทดสอบอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา**

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำเสนอในตารางที่ 4.1 ดังนี้



ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยใน  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	228	57.0
ชาย	172	43.0
รวม	400	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	59	14.8
20-29 ปี	93	23.3
30-39 ปี	95	23.8
40-49 ปี	73	18.3
50-59 ปี	38	9.5
60 ปีขึ้นไป	42	10.5
รวม	400	100.0
สถานภาพทางการสมรส		
สมรส	187	46.8
โสด	172	43.0
หย่าร้าง	25	6.3
แยกกันอยู่	16	4.0
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	12	3.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	28	7.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	57	14.3
อนุปริญญา/ ปวส.	30	7.5
ปริญญาตรี	250	62.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยใน  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา (ต่อ)		
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.8
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	85	21.3
พนักงานเอกชน	84	21.0
ธุรกิจส่วนตัว	63	15.8
ข้าราชการ	57	14.3
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	29	7.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
รับจ้าง/ อาชีพอิสระ	23	5.8
ค้าขาย	20	5.0
เกษตรกร	8	2.0
อื่น ๆ	5	1.5
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	45	11.3
5,000 บาทหรือต่ำกว่า	40	10.0
5,001-15,000 บาท	86	21.5
15,001-25,000 บาท	141	35.3
25,001-35,000 บาท	49	12.3
35,001-45,000 บาท	24	6.0
45,001-55,000 บาท	7	1.8
55,001 บาทขึ้นไป	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 30–39 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20–29 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 40–49 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และช่วงอายุอยู่ระหว่าง 50–59 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านสถานภาพทางการสมรสของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และสถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และ ประถมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/ นักศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ข้าราชการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 รับจ้าง/ อาชีพอิสระ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ค้าขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 เกษตรกร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอื่น ๆ (ข้าราชการบำนาญ, ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 5,001–15,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 25,001–35,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ไม่มีรายได้ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 5,000 บาทหรือต่ำกว่า จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 35,001–45,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ 45,001–55,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอในตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา		
1 ครั้ง	317	79.3
2 ครั้ง	32	8.0
3 ครั้ง	19	4.8
4 ครั้ง	7	1.8
มากกว่า 4 ครั้ง	25	6.3
รวม	400	100.0
ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา		
ไปเช้า-เย็นกลับ	352	88.0
1-2 วัน	39	9.8
3-4 วัน	8	2.0
5-6 วัน	1	0.3
มากกว่า 6 วัน	0	0
รวม	400	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยใน  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	98	24.5
1,000–1,500 บาท	95	23.8
1,501–2,000 บาท	32	8.0
มากกว่า 2,000 บาท	175	43.8
รวม	400	100.0
บุคคลที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเดินทางมาด้วย ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา		
เพื่อน	215	53.8
ครอบครัว	111	27.8
แฟน/ คู่สมรส	39	9.8
คนเดียว	30	7.5
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0
ระยะเวลาในการวางแผนเดินทางล่วงหน้า สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา		
1–2 วัน	310	77.5
3–4 วัน	9	2.3
5–6 วัน	6	1.5
มากกว่า 6 วัน	37	9.3
ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า	38	9.5
รวม	400	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การวางแผนในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา		
วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	150	37.5
วางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว	112	28.0
วางแผนการท่องเที่ยวโดยเพื่อน	88	22.0
วางแผนการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว	46	11.5
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาแล้ว 1 ครั้ง จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ 2 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 3 ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ 4 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ไปเช้า-เย็นกลับ จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือจำนวน 1-2 วัน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 จำนวน 3-4 วัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และจำนวน 5-6 วัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มากกว่า 2,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 1,000-1,500 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ 1,501-2,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาด้วย ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8



เดินทางมาเกี่ยวกับแฟน/คู่สมรส จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอื่น ๆ (ครู, หน่วยงาน) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านระยะเวลาในการวางแผนเดินทางล่วงหน้า สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการวางแผนเดินทางล่วงหน้า 1–2 วัน จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมาคือ ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 มากกว่า 6 วัน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 3–4 วัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ 5–6 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านการวางแผนในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ วางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 วางแผนการท่องเที่ยวโดยเพื่อน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 วางแผนการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอื่น ๆ (หน่วยงาน, โรงเรียน) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน/ ท่องเที่ยว	315	78.8
ทัศนศึกษา/ หาความรู้	35	8.8
เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	32	8.0
ประชุม/ สัมมนา	16	4.0
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิจัยด้านวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาคือ เพื่อทัศนศึกษา/ หาความรู้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 เพื่อเยี่ยมญาติ/ เพื่อน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เพื่อประชุม/ สัมมนา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ

4.0 และเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ (ไหว้พระทำบุญ) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของช่องทางการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของผู้เยี่ยมชมคนไทย

ช่องทางการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้นจากอินเทอร์เน็ต	356	58.5
สอบถามจากเพื่อน	133	21.9
สอบถามจากญาติ	57	9.4
ค้นจากหนังสือนำเที่ยว	31	5.1
สอบถามจากบริษัทนำเที่ยว	21	3.5
สอบถามจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	8	1.3
อื่น ๆ	2	0.3
รวม	608	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิจัยด้านช่องทางการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ค้นจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ สอบถามจากเพื่อน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 สอบถามจากญาติ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ค้นจากหนังสือนำเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 สอบถามจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 สอบถามจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่น ๆ (ครู) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็นคำถามปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 4 ด้าน และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยาน

ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 ด้าน โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.3.1 ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ			
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสงบเงียบ	3.36	0.664	ปานกลาง
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด	3.47	0.644	มาก
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม	3.66	0.762	มาก
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก	3.66	0.745	มาก
ภาพรวมด้านแรงจูงใจทางกายภาพ	3.54	0.617	มาก
ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม			
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของผู้คนในอดีต	3.61	0.791	มาก
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์สมัยอยุธยา	3.67	0.783	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายใน  
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม (ต่อ)			
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีแหล่งชุมชนโบราณ ที่น่าสนใจ	3.65	0.741	มาก
ภาพรวมด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.64	0.724	มาก
ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล			
คนในครอบครัวชักชวนให้มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ส่งผลให้ตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.43	0.672	มาก
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ส่งผลให้ตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.46	0.636	มาก
แฟนหรือคนรักชักชวนให้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ส่งผลให้ตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	3.45	0.734	มาก
ภาพรวมด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล	3.45	0.595	มาก
ด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง			
ชื่อเสียงในฐานะมรดกโลกมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.61	0.790	มาก
ชื่อเสียงในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	3.53	0.728	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านแรงจูงใจทางสภาพและชื่อเสียง (ต่อ)			
ชื่อเสียงจากการรีวิวการท่องเที่ยวจากเพจการท่องเที่ยวบล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	3.64	0.733	มาก
ภาพรวมด้านแรงจูงใจทางสภาพและชื่อเสียง	3.59	0.686	มาก

หมายเหตุ: ระดับการแปลผล: 1.00–1.80 = มีอิทธิพลน้อยที่สุด, 1.81–2.60 = มีอิทธิพลน้อย, 2.61–3.40 = มีอิทธิพลปานกลาง, 3.41–4.20 = มีอิทธิพลมาก, 4.21–5.00 = มีอิทธิพลมากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยด้านแรงจูงใจทางกายภาพพบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “มาก” เกือบทุกประเด็น โดยมีเพียงประเด็นที่เกี่ยวกับความสงบเงียบของอุทยานเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดจำนวนเท่ากัน 2 ประเด็น คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวกมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาดมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสงบเงียบมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรมพบว่า ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “มาก” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์สมัยอยุธยาที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีแหล่งชุมชนโบราณที่น่าสนใจมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่ง

ศึกษาเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของผู้คนในอดีตมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคลพบว่า ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “มาก” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือแฟนหรือคนรักชักชวนให้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 และคนในครอบครัวชักชวนให้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงพบว่า ด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “มาก” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ชื่อเสียงจากการรีวิวการท่องเที่ยวจากเพจการท่องเที่ยว บล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือ ชื่อเสียงในฐานะมรดกโลกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 และชื่อเสียงในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	SD.	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
แรงจูงใจทางกายภาพ	3.54	0.617	มาก
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.64	0.724	มาก
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	3.45	0.595	มาก
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.59	0.686	มาก
ภาพรวม	3.55	0.567	มาก

หมายเหตุ: ระดับการแปลผล: 1.00–1.80 = มีอิทธิพลน้อยที่สุด, 1.81–2.60 = มีอิทธิพลน้อย, 2.61–3.40 = มีอิทธิพลปานกลาง, 3.41–4.20 = มีอิทธิพลมาก, 4.21–5.00 = มีอิทธิพลมากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ “มาก” ทุกด้าน โดยเรียงลำดับ ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ และด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64, 3.59, 3.54 และ 3.45 ตามลำดับ

4.3.2 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งแวดล้อม มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอก  
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
<b>ด้านการเมือง</b>			
นโยบายส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	2.85	0.853	ปานกลาง
การพัฒนาเส้นทางที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.03	0.792	ปานกลาง
มาตรการลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	2.83	0.893	ปานกลาง
ภาพรวมด้านการเมือง	2.90	0.780	ปานกลาง
<b>ด้านเศรษฐกิจ</b>			
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวมไปถึงค่าเข้าชมอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสม	3.27	0.594	ปานกลาง
การท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้ และอาชีพให้กับ ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่	3.40	0.694	ปานกลาง
สภาพเศรษฐกิจของประเทศมีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.48	0.718	มาก
ภาพรวมด้านเศรษฐกิจ	3.38	0.605	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอก  
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
<b>ด้านสังคม</b>			
การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ช่วยกระตุ้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน บุคลากรในองค์กร เป็นต้น	3.36	0.654	ปานกลาง
การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน	3.40	0.671	ปานกลาง
การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดี	3.40	0.624	ปานกลาง
การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน	3.32	0.685	ปานกลาง
ภาพรวมด้านสังคม	3.36	0.578	ปานกลาง
<b>ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์</b>			
มีเครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้อำนวยความสะดวกในการเข้าชม โบราณสถาน	3.26	0.538	ปานกลาง
มีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.32	0.585	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาผ่านทางสื่อออนไลน์	3.48	0.641	มาก
มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน	3.45	0.635	มาก
ภาพรวมด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	3.37	0.532	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอก  
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านสิ่งแวดล้อม			
แหล่งท่องเที่ยวมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ปลอดภัย	3.42	0.655	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีการรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวไว้	3.54	0.748	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีการฟื้นฟูและพัฒนาให้น่าเที่ยวอยู่เสมอ	3.51	0.711	มาก
สภาพแวดล้อมโดยรอบของสถานที่มีความร่มรื่น	3.72	0.713	มาก
ภาพรวมด้านสิ่งแวดล้อม	3.54	0.638	มาก

หมายเหตุ: ระดับการแปลผล: 1.00–1.80 = มีอิทธิพลน้อยที่สุด, 1.81–2.60 = มีอิทธิพลน้อย,  
2.61–3.40 = มีอิทธิพลปานกลาง, 3.41–4.20 = มีอิทธิพลมาก, 4.21–5.00 = มีอิทธิพลมากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยด้านการเมืองพบว่า ด้านการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว  
ในระดับ “ปานกลาง” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า การพัฒนาเส้นทางที่เชื่อมโยงกับ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์  
พระนครศรีอยุธยาที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 รองลงมาคือ นโยบายส่งเสริม  
ให้มีการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา  
ที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 และมาตรการลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวมีผลต่อ  
การตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง  
มีค่าเฉลี่ย 2.83 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านเศรษฐกิจพบว่า ด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว  
ในระดับ “ปานกลาง” เกือบทุกประเด็น โดยมีเพียงประเด็นที่เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ  
เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า สภาพเศรษฐกิจของ  
ประเทศมีผลกระทบต่อตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีอิทธิพล

อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยา เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้ และอาชีพให้กับผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมไปถึงค่าเข้าชมอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยามีความเหมาะสม มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านสังคมพบว่า ด้านสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “ปานกลาง” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดจำนวนเท่ากับ 2 ประเด็น คือ การท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยา ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน และการท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยา มีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดีมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาช่วยกระตุ้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 และการท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์พบว่า ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “ปานกลาง” เกือบทุกประเด็น โดยมีเพียงประเด็นที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาผ่านทางสื่อออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาผ่านทางสื่อออนไลน์มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอู่ทอประวัตินครศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 มีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 และมีเครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้อำนวยความสะดวกในการเข้าชมโบราณสถานมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

ผลการวิจัยด้านสิ่งแวดล้อมพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในระดับ “มาก” ทุกประเด็น เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า สภาพแวดล้อมโดยรอบของสถานที่ที่มีความร่มรื่นมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีการรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวไว้มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 แหล่งท่องเที่ยวมีการฟื้นฟูและพัฒนาให้น่าเที่ยวอยู่เสมอมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51

และแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ปลอดภัยมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจที่มีต่อปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	SD.	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ด้านการเมือง	2.90	0.780	ปานกลาง
ด้านเศรษฐกิจ	3.38	0.605	ปานกลาง
ด้านสังคม	3.36	0.578	ปานกลาง
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	3.37	0.532	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.54	0.638	มาก
ภาพรวม	3.31	0.521	ปานกลาง

หมายเหตุ: ระดับการแปลผล: 1.00–1.80 = มีอิทธิพลน้อยที่สุด, 1.81–2.60 = มีอิทธิพลน้อย, 2.61–3.40 = มีอิทธิพลปานกลาง, 3.41–4.20 = มีอิทธิพลมาก, 4.21–5.00 = มีอิทธิพลมากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ “ปานกลาง” เกือบทุกด้าน มีเพียงด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ ด้านสังคม และด้านการเมือง ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54, 3.38, 3.37, 3.36 และ 2.90 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยจะทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และจะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัย ภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ชาย		หญิง		t	Sig
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
แรงจูงใจทางกายภาพ	3.46	0.575	3.59	0.642	-2.011	0.02*
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.55	0.691	3.70	0.742	-2.180	0.15
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	3.42	0.588	3.46	0.601	-0.481	0.48
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.49	0.631	3.66	0.718	-2.606	0.01*
ภาพรวม	3.48	0.532	3.60	0.587	-2.231	0.01*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้เยี่ยมชมคนไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมชมคนไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ ทางกายภาพ และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมี



นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p > 0.05$ )

ตารางที่ 4.10: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัย  
ภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	11.377	5	2.275	6.376	0.000*
	ภายในกลุ่ม	140.604	394	.357		
	รวม	151.981	399			
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	10.088	5	2.018	3.993	0.002*
	ภายในกลุ่ม	199.090	394	.505		
	รวม	209.177	399			
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	6.200	5	1.240	3.609	0.003*
	ภายในกลุ่ม	135.365	394	.344		
	รวม	141.564	399			
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และชื่อเสียง	ระหว่างกลุ่ม	9.636	5	1.927	4.251	0.001*
	ภายในกลุ่ม	178.620	394	.453		
	รวม	188.255	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.045	5	1.809	5.973	0.000*
	ภายในกลุ่ม	119.332	394	.303		
	รวม	128.377	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และ ด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.11: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพทางการสมรส

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.800	3	1.600	4.305	0.005*
	ภายในกลุ่ม	147.181	396	.372		
	รวม	151.981	399			
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.312	3	1.771	3.439	0.017*
	ภายในกลุ่ม	203.866	396	.515		
	รวม	209.177	399			
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2.989	3	.996	2.847	0.037*
	ภายในกลุ่ม	138.575	396	.350		
	รวม	141.564	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพทางการสมรส

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	ระหว่างกลุ่ม	4.389	3	1.463	3.151	0.025*
	ภายในกลุ่ม	183.866	396	.464		
	รวม	188.255	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.114	3	1.371	4.370	0.005*
	ภายในกลุ่ม	124.264	396	.314		
	รวม	128.377	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีสถานภาพทางการสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีสถานภาพทางการสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.12: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.652	5	2.130	5.939	0.000*
	ภายในกลุ่ม	141.329	394	.359		
	รวม	151.981	399			
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	18.808	5	3.762	7.785	0.000*
	ภายในกลุ่ม	190.370	394	.483		
	รวม	209.177	399			
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	6.346	5	1.269	3.698	0.003*
	ภายในกลุ่ม	135.218	394	.343		
	รวม	141.564	399			
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	ระหว่างกลุ่ม	13.845	5	2.769	6.255	0.000*
	ภายในกลุ่ม	174.410	394	.443		
	รวม	188.255	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	11.713	5	2.343	7.912	0.000*
	ภายในกลุ่ม	116.664	394	.296		
	รวม	128.377	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.13: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	11.738	9	1.304	3.627	0.000*
	ภายในกลุ่ม	140.244	390	.360		
	รวม	151.981	399			
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	8.573	9	.953	1.852	0.058
	ภายในกลุ่ม	200.604	390	.514		
	รวม	209.177	399			
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	5.417	9	.602	1.724	0.082
	ภายในกลุ่ม	136.147	390	.349		
	รวม	141.564	399			
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	ระหว่างกลุ่ม	7.101	9	.789	1.698	0.087
	ภายในกลุ่ม	181.155	390	.464		
	รวม	188.255	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.849	9	.761	2.442	0.010*
	ภายในกลุ่ม	121.529	390	.312		
	รวม	128.377	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านแรงจูงใจทางกายภาพและภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ส่วนด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p > 0.05$ )

ตารางที่ 4.14: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
แรงจูงใจทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.838	7	1.548	4.300	0.000*
	ภายในกลุ่ม	141.143	392	.360		
	รวม	151.981	399			
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	12.465	7	1.781	3.548	0.001*
	ภายในกลุ่ม	196.713	392	.502		
	รวม	209.177	399			
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	5.977	7	.854	2.468	0.017*
	ภายในกลุ่ม	135.587	392	.346		
	รวม	141.564	399			
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	ระหว่างกลุ่ม	11.411	7	1.630	3.614	0.001*
	ภายในกลุ่ม	176.844	392	.451		
	รวม	188.255	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.385	7	1.341	4.417	0.000*
	ภายในกลุ่ม	118.993	392	.304		
	รวม	128.377	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )



เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.15: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ชาย		หญิง		t	Sig
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
ด้านการเมือง	2.76	0.670	3.00	0.840	-3.226	0.04*
ด้านเศรษฐกิจ	3.30	0.540	3.44	0.640	-2.328	0.00*
ด้านสังคม	3.28	0.539	3.43	0.599	-2.530	0.00*
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	3.31	0.467	3.42	0.573	-2.022	0.01*
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.52	0.611	3.56	0.659	-0.591	0.11
ภาพรวม	3.23	0.449	3.37	0.563	-2.646	0.00*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p > 0.05$ )

ตารางที่ 4.16: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	18.270	5	3.654	6.407	0.000*
	ภายในกลุ่ม	224.705	394	.570		
	รวม	242.975	399			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	10.804	5	2.161	6.275	0.000*
	ภายในกลุ่ม	135.683	394	.344		
	รวม	146.488	399			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	8.732	5	1.746	5.521	0.000*
	ภายในกลุ่ม	124.627	394	.316		
	รวม	133.359	399			
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	5.875	5	1.175	4.321	0.001*
	ภายในกลุ่ม	107.124	394	.272		
	รวม	112.999	399			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	7.620	5	1.524	3.872	0.002*
	ภายในกลุ่ม	155.070	394	.394		
	รวม	162.690	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.288	5	1.658	6.528	0.000*
	ภายในกลุ่ม	100.038	394	.254		
	รวม	108.325	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.17: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพทางการสมรส

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	3.031	3	1.010	1.667	0.174
	ภายในกลุ่ม	239.945	396	.606		
	รวม	242.975	399			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5.066	3	1.689	4.728	0.003*
	ภายในกลุ่ม	141.422	396	.357		
	รวม	146.488	399			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.104	3	1.368	4.192	0.006*
	ภายในกลุ่ม	129.255	396	.326		
	รวม	133.359	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสถานภาพทางการสมรส

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2.286	3	.762	2.726	0.044*
	ภายในกลุ่ม	110.712	396	.280		
	รวม	112.999	399			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2.508	3	.836	2.067	0.104
	ภายในกลุ่ม	160.182	396	.404		
	รวม	162.690	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.598	3	.866	3.244	0.022*
	ภายในกลุ่ม	105.727	396	.267		
	รวม	108.325	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีสถานภาพทางการสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีสถานภาพทางการสมรสแตกต่างกัน มีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ส่วนปัจจัยทางด้านการเมือง และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p>0.05$ )

ตารางที่ 4.18: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	20.264	5	4.053	7.170	0.000*
	ภายในกลุ่ม	222.711	394	.565		
	รวม	242.975	399			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	8.392	5	1.678	4.788	0.000*
	ภายในกลุ่ม	138.096	394	.350		
	รวม	146.488	399			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	6.079	5	1.216	3.764	0.002*
	ภายในกลุ่ม	127.280	394	.323		
	รวม	133.359	399			
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3.688	5	.738	2.659	0.022*
	ภายในกลุ่ม	109.310	394	.277		
	รวม	112.999	399			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	7.334	5	1.467	3.720	0.003*
	ภายในกลุ่ม	155.356	394	.394		
	รวม	162.690	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p<0.05$ )

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.829	5	1.566	6.139	0.000*
	ภายในกลุ่ม	100.497	394	.255		
	รวม	108.325	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	18.835	9	2.093	3.641	0.000*
	ภายในกลุ่ม	224.141	390	.575		
	รวม	242.975	399			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	12.918	9	1.435	4.191	0.000*
	ภายในกลุ่ม	133.570	390	.342		
	รวม	146.488	399			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	7.365	9	.818	2.533	0.008*
	ภายในกลุ่ม	125.994	390	.323		
	รวม	133.359	399			
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2.999	9	.333	1.181	0.305
	ภายในกลุ่ม	110.000	390	.282		
	รวม	112.999	399			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	8.292	9	.921	2.327	0.015*
	ภายในกลุ่ม	154.398	390	.396		
	รวม	162.690	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.771	9	.863	3.349	0.001*
	ภายในกลุ่ม	100.555	390	.258		
	รวม	108.325	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )



จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p > 0.05$ )

ตารางที่ 4.20: ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	18.748	7	2.678	4.682	0.000*
	ภายในกลุ่ม	224.227	392	.572		
	รวม	242.975	399			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	10.578	7	1.511	4.358	0.000*
	ภายในกลุ่ม	135.910	392	.347		
	รวม	146.488	399			
ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	8.022	7	1.146	3.584	0.001*
	ภายในกลุ่ม	125.337	392	.320		
	รวม	133.359	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2.092	7	.299	1.056	0.391
	ภายในกลุ่ม	110.906	392	.283		
	รวม	112.999	399			
ด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	10.862	7	1.552	4.006	0.000*
	ภายในกลุ่ม	151.828	392	.387		
	รวม	162.690	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.035	7	1.148	4.486	0.000*
	ภายในกลุ่ม	100.291	392	.256		
	รวม	108.325	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ปัจจัยทางด้านด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับมากกว่า 0.05 ( $p > 0.05$ )

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ผู้วิจัยจะทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Regression) เพื่อใช้ทดสอบอิทธิพลของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.21: แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ปัจจัยภายใน	B	Beta	t	Sig
ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ	.304	.362	14.295	0.000*
ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม	.204	.284	11.185	0.000*
ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล	.172	.197	10.116	0.000*
ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	.190	.251	9.637	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$R^2 = .910$ ,  $F = 996.787$ ,  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง พบว่า ปัจจัยภายใน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ( $p < 0.05$ ) โดยพิจารณาจากค่า Significance ที่ 0.000 ( $p < 0.05$ )

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด

( $\beta = .362$ ) รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ( $\beta = .284$ ) ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และชื่อเสียง ( $\beta = .251$ ) และด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ( $\beta = .197$ ) ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด  $R^2 = .910$  พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพ และชื่อเสียง ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ รวม 91.0% ส่วนที่เหลืออีก 9.0% มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

ด้านแรงจูงใจทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 14.295$  ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 11.185$  ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 10.116$  ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 9.637$  การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ  $F = 996.787$  ค่า Significance มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ( $p < 0.05$ ) แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

สรุปได้ว่า ปัจจัยภายในทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยจะทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Regression) เพื่อใช้ทดสอบอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.22: แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ปัจจัยภายนอก	B	Beta	t	Sig
ด้านการเมือง	.161	.242	14.024	0.000*
ด้านเศรษฐกิจ	.264	.308	13.363	0.000*
ด้านเทคโนโลยี	.101	.112	5.165	0.000*
ด้านสังคม	.176	.180	10.138	0.000*
ด้านสิ่งแวดล้อม	.256	.315	16.767	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$R^2 = .937$ ,  $F = 1169.033$ ,  $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัจจัยภายนอกทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ( $p < 0.05$ ) โดยพิจารณาจากค่า Significance ที่ 0.000 ( $p < 0.05$ )

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด ( $\beta = .315$ ) รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ( $\beta = .308$ ) ด้านการเมือง ( $\beta = .242$ ) ด้านสังคม ( $\beta = .180$ ) และด้านเทคโนโลยี ( $\beta = .112$ ) ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด  $R^2 = .937$  พบว่า ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ รวม 93.7% ส่วนที่เหลืออีก 6.3% มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 16.767$  ด้านการเมือง  $t = 14.024$  ด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 13.363 ด้านสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 10.138$  ด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  $t = 5.165$  การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ  $F = 1169.033$  ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

( $p < 0.05$ ) แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

สรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $p < 0.05$ )



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/ นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยาแล้ว 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ ท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว คือ ไปเช้า-เย็นกลับ มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 บาท ส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวกับเพื่อน มีระยะเวลาในการวางแผนเดินทางล่วงหน้าสำหรับการท่องเที่ยว จำนวน 1-2 วัน ส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครคีรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ โดยอันดับแรก คือ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยาเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์สมัยอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และชื่อเสียง ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นชื่อเสียงจากการรีวิวการท่องเที่ยวจากเพจการท่องเที่ยว บล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.64



ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.66 และด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

และผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ โดยอันดับแรก คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นสภาพแวดล้อมโดยรอบของสถานที่มีความร่มรื่น มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นสภาพเศรษฐกิจของประเทศมีผลกระทบต่อตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาผ่านทางสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านสังคม ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน และการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.40 และด้านการเมือง ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นการพัฒนาเส้นทางที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร เก่งกล้า และธิดิ มีปลื้ม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขุม คงดิษฐ์

และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธีระ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงสูงสุด มีสถานภาพสมรส และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เพื่อสามารถรองรับและตอบสนองต่อกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนเพศหญิง อาทิ ห้องสุขาที่สะอาด มีกลิ่นหอม และถูกหลักสุขอนามัย การเตรียมความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย การสร้างมุมพักผ่อน มุมนั่งเล่นภายในอุทยาน ที่มีหลังคา รวมถึงการประดับตกแต่งไม้ดอกไม้ประดับให้ดูสวยงาม เพื่อให้สามารถถ่ายรูปได้ เนื่องจากผู้หญิงส่วนใหญ่ชื่นชอบการถ่ายรูป และชื่นชอบการไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่สวยงาม ซึ่งหากทางอุทยานสามารถเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ได้ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจ นักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีการค้นคว้าข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของ วจนะ ภูพานี (2555) ที่กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยสิ่งกระตุ้น เช่น ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว หรือธุรกิจท่องเที่ยวทั้งสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางไปท่องเที่ยว โดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ จากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการบริษัทที่มีเว็บไซต์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร์ เก่งกล้า และธิดิ มีปลื้ม (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรมีการร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) รวมไปถึงเพจท่องเที่ยว บล็อกเกอร์ท่องเที่ยว ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เฟซบุ๊กเพจท่องเที่ยว บล็อกท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการอยากมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ

ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ และด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธีระ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรา สุขศิริ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้าน การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม 2) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ 3) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมและการจัดการ 2 ระดับ คือ ดีมาก และดีปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ควรให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยหมั่นทำนุบำรุงสถานที่ เพื่อเป็นการรักษาไว้ อย่างมั่นคงถาวร รวมถึงการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกสถานที่ให้มี ความรื่นรมย์สวยงาม มีป้ายจัดแสดง เพื่ออธิบายข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจข้อมูลหรือเรื่องราวในประวัติศาสตร์ นอกจากนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ โดยอันดับแรกคือ ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคม และด้านการเมือง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ และ สิ่งอำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร์ เก่งกล้า และจิตติ มีปลื้ม (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

พบว่า ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว  
ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี  
ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างขวางของสถานที่ ดังนั้น บริเวณ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรมีการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ ดูแลรักษาความสะอาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ มีจุดสำหรับทิ้งขยะในจุดที่เหมาะสม เพื่อเป็นการรักษาสมดุลทางธรรมชาติ  
และเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวและดึงดูดใจ  
ให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อีกครั้ง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของ Goossens  
(2000) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ  
เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็จะ  
ไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น แสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ  
ซึ่งนอกจากความสวยงามแล้วยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจน  
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร และมากไปกว่านั้นจะต้องมี  
การนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปสู่  
การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง ดังนั้น บริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงประวัติศาสตร์ควรมีการจุดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน อาทิ ร้านอาหาร  
ร้านขายของที่ระลึก บริการสปา/ นวด ร้านเช่าจักรยาน รับฝากรถ เป็นต้น โดยนอกจากที่จะสามารถ  
ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย

อีกทั้งปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการเมือง ในประเด็นนโยบายส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว  
ของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า มีอิทธิพล  
อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริณา ลาปะ (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัย  
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ทราบถึง  
พฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)  
เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยว เนื่องจาก  
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงตัดสินใจ  
ที่จะไม่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัญหาด้านการเมือง แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จึงควรมี  
การรักษาความปลอดภัย และมีการบริหารจัดการที่ดีในการป้องกันไม่ให้เกิด หรือบรรเทาผลกระทบ  
หากเกิดเหตุการณ์ขึ้น ทางหน่วยงานรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเรียนรู้และวางระบบ  
การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและทันท่วงที

นอกจากนี้ จากผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีปัจจัยภายใน โดยภาพรวม และปัจจัยภายนอก โดยภาพรวม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่า บุคคลในแต่ละบุคคลมีพฤติกรรม ความคิดเห็น ความต้องการ หรือความชื่นชอบที่แตกต่างกัน อาจมีผลมาจากพื้นฐานของแต่ละบุคคล สิ่งแวดล้อมที่อยู่ประสพการณ์ที่ผ่านมา จึงส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ได้มากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จึงควรมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งที่ดึงดูดใจตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ อาทิ การจัดกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การวาดรูป การถ่ายรูป การปลูกต้นไม้ เป็นต้น เพื่อช่วยตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้งานธุรกิจ

5.3.1.1 จากผลการศึกษา ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยให้ระดับอิทธิพลปัจจัยภายในที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา อันดับแรก คือ ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาครัฐ ภาคเอกชน ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรม รวมถึงการอนุรักษ์ส่งเสริม การจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น การจัดงานวันสำคัญ ประเพณีไทยต่าง ๆ มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในยามค่ำคืน โดยมีการจัดแสงสีตระการตา เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นต้น รวมไปถึงเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

5.3.1.2 จากผลการศึกษา ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมีอิทธิพลต่อปัจจัยภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยอันดับแรกคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงผู้นำชุมชน และประชาชนควรหมั่นทำนุบำรุงโบราณสถาน และรักษาไว้ให้คงอยู่ การดูแลสภาพแวดล้อมที่ดี มีการปลูกต้นไม้เพื่อสร้างความร่มรื่น รวมไปถึงการดูแลความสะอาด ความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาการคอยตรวจตราดูแลความเรียบร้อย

5.3.1.3 จากผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ไปเช้า-เย็นกลับ ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวแบบ One Day Trip และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวและบุคคลที่สนใจ เนื่องจากส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้ช่องทางค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทัศนศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลผลการศึกษาของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้มีคุณภาพมากขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความประทับใจและดึงดูดให้กลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นและประเทศเพิ่มมากขึ้น

5.3.2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่หน่วยงานรับผิดชอบ รวมไปถึงบุคลากรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



### บรรณานุกรม

- กรมศิลปากร. (2561). จุดเริ่มต้นของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สู่มรดกโลกทางวัฒนธรรม. สืบค้นจาก [https://www.silpa-mag.com/culture/article\\_16192](https://www.silpa-mag.com/culture/article_16192).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). การวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อทบทวนยุทธศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นจาก <http://osthailand.nic.go.th>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา. (2559). พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: ผู้แต่ง.
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกียรติยศ ศรีสกุล. (2561). สมาคมนักข่าวกรุงเทพฯ ทำบุญอุทิศแก่ผู้สื่อข่าวที่ล่วงลับ มอบทุนการศึกษาแก่บุตร-ช่วยเหลือผู้สื่อข่าวที่พิการจากการปฏิบัติหน้าที่. สืบค้นจาก <https://www.tnews.co.th/region/422973/สมาคมนักข่าวกรุงเทพฯ-ทำบุญอุทิศแก่ผู้สื่อข่าวที่ล่วงลับ-มอบทุนการศึกษาแก่บุตร---ช่วยเหลือผู้สื่อข่าวที่พิการจากการปฏิบัติหน้าที่-%28มีคลิป%29>.
- จิรวุฒิ หลอมประโคน และเอกภพ มณีนารถ. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร: รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- เจษฎา ขวัญเมือง, ดวงกมล รามณู, รัตนาภรณ์ ปรีดาสุทธิจิตต์ และวรวรรณิศ ทยราชฐ์. (2554). ความหมายของการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และฉัตร มีปลื้ม. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี. จุลนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ท่องเที่ยวปี 63 ยัง 'ฝ่าดงหนาม' เน้นใช้ เทคโนโลยี-ปรับรับนักท่องเที่ยวเปลี่ยน. (2563). สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/273292/>.
- ธนกร สุวุฒิกุล. (2552). ความพร้อมและศักยภาพขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระนองในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



- ธรา สุขศิริ. (2559). แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แผนที่เที่ยวอยุธยา Ayutthaya Map. (2559). สืบค้นจาก <http://immayyomaptour.blogspot.com/2016/12/ayutthaya-map.html>.
- นงลักษณ์ สุทัศน์วิบูลย์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาโอ่งมังกรราชบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 7(2), 15–32.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปริณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 4(1), 30–44.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE). การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มนสิข สิริสมบุญ. (2550). ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เมตตา ธนิตนนท์. (2560). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วณะ ภูมานี. (2555). *Consumer's decision making*. สืบค้นจาก <http://goo.gl/pjEE8E>.
- วัลย์พร รัตระกูลไพบุลย์. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วศินี นวฤทธิศวิน. (2556). การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 2(1), 25–36.
- วัดมเหยงคณ์. (2562). สืบค้นจาก <https://www.watmahaeyong.org/history/>.
- วิมลฎาภรณ์ ศิริโสม. (2562). วิสัยทัศน์ 'วีระศักดิ์ โควสุรัตน์' ท่องเที่ยวไทยยั่งยืน..เน้นคุณภาพไม่เน้นปริมาณ. สืบค้นจาก [https://www.matichon.co.th/economy/news\\_1303118](https://www.matichon.co.th/economy/news_1303118).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักขิตานนท์, องอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชานนท์. (2552). การบริหารการตลาดใหม่: *Marketing management* (ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552). กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.

- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คลังนานาวิทยา.
- สถิตินักท่องเที่ยว สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (เอกสารภายใน). (2562).  
พระนครศรีอยุธยา: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.
- สุขุม คงดิษฐ์ และธนรัตน์ รัตนพงศ์ธีระ. (2558). *ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*.  
การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุนิสา ตรงจิตร์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)*.  
สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>.
- สำราญ เมฆวรรุฒิ. (2550). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). GPOWER: A general power analysis program. *Journal of Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 28(1), 1–11.
- Goossens, C. (2000). Tourism information and pleasure motivation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 301–321.
- Johnston, E. (2013). *5 Steps to understanding your customer's buying process*. Retrieved from <http://goo.gl/YLFXK>.
- Koklič, M. K. & Vida, I. (2009). A strategic household purchase: Consumer house buying behavior. *Managing Global Transitions*, 7(1), 75–96.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- McGehee, N.G., Loker-Murphy, L., & Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivation from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45–57.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in tourism* (2<sup>nd</sup> ed.). Amsterdam; Boston: Butterworth Heinemann.

Vani, G., Babu, M, G., & Panchanatham, N. (2011). The impact of demographic profile on toothpaste buying behaviour in Bangalore City. *Kuwait of Arabian Journal of Business and Management Review*, 1(1), 1–13.







## แบบสอบถาม

### เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามชุดนี้ คือ ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะถือเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผลการศึกษาจะไม่มีกรกล่าวหาถึงตัวท่านและไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อชีวิตประจำวันของท่าน

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอยุธยา

- แรงจูงใจทางกายภาพ
- แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

- แรงจูงใจระหว่างบุคคล
- แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

- ปัจจัยทางการเมือง
- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ
- ปัจจัยทางด้านสังคม
- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์
- ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม

ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามตามความจริงโดยข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์ในภาพรวมและนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

นางสาววนัสนันท์ โพธิ์เพชร  
นักศึกษาปริญญาโทสาขาการจัดการอุตสาหกรรม  
การบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

โทรฯ 064-9141444

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย  ลงใน ( ) หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

- ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20-29 ปี  
 ( ) 30-39 ปี ( ) 40-49 ปี  
 ( ) 50-59 ปี ( ) 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพทางการสมรส

- ( ) โสด ( ) สมรส  
 ( ) หย่าร้าง ( ) แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ( ) อนุปริญญา/ ปวส.  
 ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ( ) นักเรียน/ นักศึกษา ( ) ข้าราชการ  
 ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานเอกชน  
 ( ) พ่อบ้าน/ แม่บ้าน ( ) ธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) เกษตรกร ( ) ค้าขาย  
 ( ) รับจ้าง/ อาชีพอิสระ ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) ไม่มีรายได้ ( ) 5,000 บาท หรือต่ำกว่า  
 ( ) 5,001-15,000 บาท ( ) 15,001-25,000 บาท  
 ( ) 25,001-35,000 บาท ( ) 35,001-45,000 บาท  
 ( ) 45,001-55,000 บาท ( ) 55,001 บาทขึ้นไป



## ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย  ลงใน ( ) หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

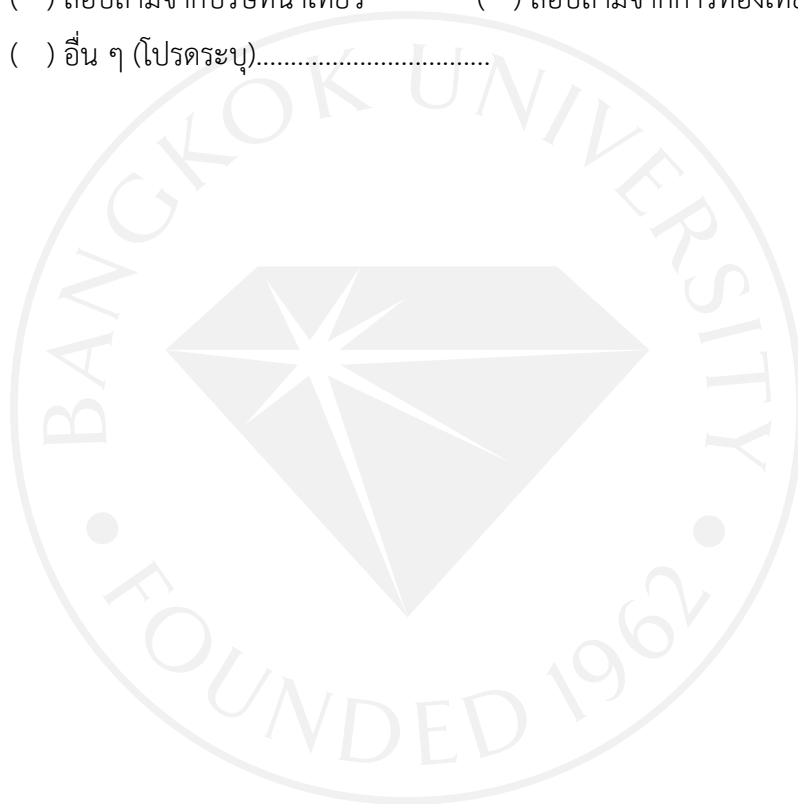
7. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาแล้วกี่ครั้ง
- ( ) 1 ครั้ง ( ) 2 ครั้ง  
 ( ) 3 ครั้ง ( ) 4 ครั้ง  
 ( ) มากกว่า 4 ครั้ง
8. ท่านมีวัตถุประสงค์ใดในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- ( ) พักผ่อน/ ท่องเที่ยว ( ) เยี่ยมญาติ/ เพื่อน  
 ( ) ทัศนศึกษา/ หาความรู้ ( ) ประชุม/ สัมมนา  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
9. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- ( ) ไปเช้า-เย็นกลับ ( ) 1-2 วัน  
 ( ) 3-4 วัน ( ) 5-6 วัน  
 ( ) มากกว่า 6 วัน
10. ท่านใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนเงินเท่าใด (ต่อครั้ง)
- ( ) ต่ำกว่า 1,000 บาท ( ) 1,000-1,500 บาท  
 ( ) 1,501-2,000 บาท ( ) มากกว่า 2,000 บาท
11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยากับใคร
- ( ) คนเดียว ( ) เพื่อน  
 ( ) แฟน/ คู่สมรส ( ) ครอบครัว  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
12. ท่านใช้ระยะเวลาเท่าใดในการวางแผนเดินทางล่วงหน้าสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- ( ) 1-2 วัน ( ) 3-4 วัน  
 ( ) 5-6 วัน ( ) มากกว่า 6 วัน  
 ( ) ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า

13. ท่านมีการวางแผนการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไร

- ( ) วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง      ( ) วางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว  
( ) วางแผนการท่องเที่ยวโดยเพื่อน      ( ) วางแผนการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว  
( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านค้นคว้าข้อมูลการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไร

- ( ) ค้นจากอินเทอร์เน็ต      ( ) ค้นจากหนังสือนำเที่ยว  
( ) สอบถามจากญาติ      ( ) สอบถามจากเพื่อน  
( ) สอบถามจากบริษัทนำเที่ยว      ( ) สอบถามจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....



ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับระดับการตัดสินใจของท่านมากที่สุด  
ระดับการตัดสินใจ: 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
<b>แรงจูงใจทางกายภาพ</b>					
15. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสงบเงียบ					
16. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด					
17. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม					
18. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก					
<b>แรงจูงใจทางวัฒนธรรม</b>					
19. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรมของผู้คน ในอดีต					
20. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์สมัยอยุธยา					
21. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีแหล่งชุมชนโบราณที่น่าสนใจ					

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>แรงจูงใจระหว่างบุคคล</b>					
22. คนในครอบครัวมีความต้องการมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทำให้ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
23. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทำให้ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
24. แฟนหรือคนรักชักชวนให้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาทำให้ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
<b>แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง</b>					
25. ชื่อเสียงในฐานะเป็นมรดกโลกมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
26. ชื่อเสียงในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
27. ชื่อเสียงจากการรีวิวการท่องเที่ยวจากเพจการท่องเที่ยวบล็อกเกอร์ ยูทูปเบอร์ต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่ง  
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับระดับการตัดสินใจของท่านมากที่สุด  
ระดับการตัดสินใจ: 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภูมิศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ปัจจัยทางด้านการเมือง</b>					
28. นโยบายส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
29. การพัฒนาเส้นทางที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
30. มาตรการลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					
<b>ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ</b>					
31. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวมไปถึงค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความเหมาะสม					
32. การท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้และอาชีพให้กับผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่					
33. สภาพเศรษฐกิจของประเทศมีผลกระทบต่อตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา					

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ปัจจัยทางด้านสังคม</b>					
34. การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ช่วยกระตุ้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน บุคลากรในองค์กร เป็นต้น					
35. การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและ ชุมชน					
36. การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดี					
37. การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน					
<b>ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์</b>					
38. มีเครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้อำนวยความสะดวกใน การเข้าชมโบราณสถาน					
39. มีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยว					
40. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาผ่านทางสื่อออนไลน์					
41. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่องทั้งจากภาครัฐและ ภาคเอกชน					

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม</b>					
42. แหล่งท่องเที่ยวมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ปลอดภัย					
43. แหล่งท่องเที่ยวมีการรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของ แหล่งท่องเที่ยวไว้					
44. แหล่งท่องเที่ยวมีการฟื้นฟูและพัฒนาให้น่าเที่ยวอยู่เสมอ					
45. สภาพแวดล้อมโดยรอบของสถานที่มีความร่มรื่น					



**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวนันทน์ โพร้เพชร

อีเมล

tidtee.ph@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2557 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

สาขาภาษาการสื่อสารและธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 1 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วันสนันท์ โพธิ์เพชร อยู่บ้านเลขที่ 38 หมู่ 5  
ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง บ้านนา  
อำเภอ/เขต บ้านนาเดิม จังหวัด สุราษฎร์ธานี รหัสไปรษณีย์ 84240  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610500063

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.....  
คณะ.....มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว..... ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด  
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์  
หัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของผู้เยี่ยมชมชาวไทย  
กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

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

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ  
สาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน  
ลักษณะทำนองเดียวกัน

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

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับสิทธิ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นางสาว วันสนั่นทน โพธิ์เพชร )

ลงชื่อ ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ )  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ ..... พยาน  
( ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์ )  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ ..... พยาน  
( อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร )  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย