



แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

MOTIVATION INFLUENCING ON TRAVELING BEHAVIOR ON AYUTTHAYA
HISTORICAL PARK IN AYUTTHAYA PROVINCE

วราญา กฤษณะมนตรี

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2561

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

MOTIVATION INFLUENCING ON TRAVELING BEHAVIOR ON AYUTTHAYA
HISTORICAL PARK IN AYUTTHAYA PROVINCE



A Master's Project Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society Srinakharinwirot University

2018

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ของ

วรรณภา กฤษณะมนตรี

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

(รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถ เลิศวรรณวิทย์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ชื่อเรื่อง	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ผู้วิจัย	วรรณภา กฤษณะมนตรี
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฏฐ์ กุลิสร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความมุ่งศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เพศหญิง มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว และระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยส่วน ใหญ่ครอบครัวยุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ชอบเดินทางในช่วง วันหยุด นักชัตเตอร์ และชอบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 3 คน เคยเดินทาง ท่องเที่ยว จำนวน 2 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำนวน 1,493.99 บาท/ครั้ง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชั่น แตกต่างกัน มีพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดย เฉลี่ยในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ 2) จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ร้อยละ 4.6 ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ร้อยละ 2.7 และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใน การท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ร้อยละ 7.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ 3) แรง จูง ใจ มีอิทธิพล ต่อ พฤติกรรม การ เดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ร้อยละ 3.2 ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยอธิบายได้ร้อยละ 7.9 และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยอธิบาย ได้ร้อยละ 11.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, แรงจูงใจท่องเที่ยว, จุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว, พฤติกรรม, เจนเนอเรชั่น

Title	MOTIVATION INFLUENCING ON TRAVELING BEHAVIOR ON AYUTTHAYA HISTORICAL PARK IN AYUTTHAYA PROVINCE
Author	WORAYA KRITSANAMONLTEE
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Associate Professor Nak Gulid , Ph.D.

The purpose of this research was to study the motivation influencing on traveling behavior on Ayutthaya Historical Park the Ayutthaya province. The samples in this study included four hundred Thai tourists at Ayutthaya Historical Park in Ayutthaya Province. The data was collected with a paper-based questionnaire. The study revealed the following: Most of the samples were Generation X, female, single and held Bachelor's degree. Apart from that, these tourists were mostly government officers or state enterprise officers with an average monthly income of not more than or equal to 20,000 Thai Baht. The overall level of motivations and travelers citing various objectives was high. After considering various aspects and the decisions of a large number of samples were influenced by their families. They researched information from the Internet, preferred to travel on Thai public holidays and preferred to travel by themselves with approximately three companions. Their frequency of travel was twice and their average expense was 1,493.99 THB per trip. The hypotheses testing results found the following: 1) Travelers of different generations had different traveling behavior at Ayutthaya Historical Park in Ayutthaya Province in terms of aspect of average travel frequency, and travel expenses with a statistical significance of 0.01 and 0.05, respectively. 2) Travelers citing various objectives influenced traveling behavior at Ayutthaya Historical Park in Ayutthaya Province, which can be explained by the average number of companions (4.6%), travel frequency (2.7%), and travel expenses (7.4 %), with a statistical significance of 0.01 and 0.05, respectively. 3) Motivation influenced on traveling behavior at Ayutthaya Historical Park in Ayutthaya Province, which can be explained by the average number of companions (3.2%), travel frequency (7.9%), and travel expense (11.9 %), with a statistical significance of 0.01.

Keyword : Ayutthaya historical park, Motivation, Travelers citing various objectives, Behavior, Generations

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถ ช่วยเหลือ แนะนำ และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่ง จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้ แนวคิด วิธีการ คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถัย เลิศวรรณวิทย์ และอาจารย์ ดร.อัษฎริยา ศักดิ์ณรงค์ ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และเป็นกรรมการสอบตลอดจนให้คำแนะนำในงานวิจัยนี้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ทุกท่านที่ได้มอบและปลูกฝังแนวคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆให้มากขึ้น อันทำให้ผู้วิจัยมีการเติบโตทางด้านความคิด รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ และ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม และเจ้าหน้าที่บัณฑิต วิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำที่ดี ความมีน้ำใจ ความอดทน มีส่วนทำให้งานวิจัย สมบูรณ์ได้

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูแก่เวทีแด่ บิดา มารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

วรญา กฤษณะมนตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายในงานวิจัย.....	3
ความสำคัญของงานวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในงานวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินนอกเรชั่น.....	9
2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	16
3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกับแรงจูงใจ.....	18
4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	28
5.บริบทพื้นที่	37

6.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	58
1.การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	58
2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	60
3.การเก็บรวบรวมข้อมูล	67
4.การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	79
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	117
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	119
ความมุ่งหมายในงานวิจัย.....	119
ความสำคัญของงานวิจัย	119
สมมติฐานในงานวิจัย.....	120
ขอบเขตของการวิจัย	120
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	121
การเก็บรวบรวมข้อมูล	122
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	123
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	125
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	126
อภิปรายผล	128
ข้อเสนอแนะ	139
บรรณานุกรม	142

ภาคผนวก.....	147
ประวัติผู้เขียน.....	157



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	2
ตาราง 2 แสดงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อให้ได้คำตอบ 7Os ซึ่งประกอบไปด้วย.....	32
ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)	82
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวจำแนกเป็นรายด้าน.....	83
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจจำแนกเป็นรายด้าน	84
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจ	85
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านกิจกรรม.....	85
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง	86
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 87	
ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	88
ตาราง 13 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	90
ตาราง 14 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจเนอเรชั่น โดยใช้ Levene's Test	91

ตาราง 15 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชั่นโดยใช้สถิติ F-test.....	92
ตาราง 16 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชั่น โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe	93
ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนกตามเจนเนอเรชั่นเป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3.....	94
ตาราง 18 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนกตามเจนเนอเรชั่นเป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3.....	95
ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	96
ตาราง 20 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	97
ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว..	100
ตาราง 22 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	101
ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว	104
ตาราง 24 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	105
ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	108

ตาราง 26 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	109
ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ..	111
ตาราง 28 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	112
ตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว	114
ตาราง 30 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ	115
ตาราง 31 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย	117

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ภาพประกอบ 2 Maslow's General Theory of Human & Motivation	20
ภาพประกอบ 3 Model of the Motivation Process	22
ภาพประกอบ 4 แสดงแผนที่เขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยา	40



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญในการผลักดันความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ก่อเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง รวมถึงเป็นการกระจายการพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและช่วยสนับสนุนธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ ทั้งยังมีบทบาทเป็นดัชนีชี้วัดความเจริญก้าวหน้าของประเทศได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2554) อันนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ

ในปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกัน โดยเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้เห็นถึงพฤติกรรมที่ต่างออกไปในการค้นหา วางแผน ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีรวมถึงข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตนเองในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีรูปแบบการแสดงพฤติกรรมที่ต่างกันไป

ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เห็นได้จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจจำนวนมากในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปี 2557- 2559	นักท่องเที่ยว (คน)		นักท่องเที่ยว(คน)		รายได้ (ล้านบาท)
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	
2557	3,760,655	1,452,448	1,142,119	343,339	13,447
2558	3,983,612	1,462,318	1,205,428	343,180	14,485
2559	4,127,796	1,505,813	1,237,790	345,115	15,310

ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว 2560

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา คณะกรรมการมรดกโลก องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุม อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและพื้นที่ที่ ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ไว้ในบัญชีมรดกโลก ซึ่งแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และ เป็นหลักฐานแสดงถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี หรืออารยธรรมโบราณสถานต่าง ๆ ที่ปรากฏภายใน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาล้วนเป็นหลักฐานทางอารยธรรมและเป็นปึกแผ่นที่ ยาวนานที่สุดช่วงหนึ่งในประวัติศาสตร์เอเชียอาคเนย์ ความเจริญก้าวหน้าทางวัฒนธรรมและ เศรษฐกิจ ความสัมพันธ์กับต่างประเทศ ทั้งประเทศเพื่อนบ้านและประเทศตะวันตก

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้เลือกที่จะศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเนื่องจาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทยซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็น จำนวนมากและมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุจึงเป็นผลทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษา แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อที่จะทราบถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และรูปแบบ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละช่วงอายุเนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่ยังคงปรากฏร่องรอยแห่งความเจริญรุ่งเรืองของศิลปวัฒนธรรมธรรม อันยิ่งใหญ่ทางการท่องเที่ยว และเพื่อเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความมุ่งหมายในงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชั่น
2. เพื่อศึกษาจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. พัฒนารูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศชาติ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 4,127,796 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 1,237,790 คน (จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2559: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ.2551) ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย

ขั้นที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วิหารมงคลบพิตร และวัดพระศรีสรรเพชญ์ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกในการเดินทาง และมีผลงานด้านสถาปัตยกรรมที่งดงามซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557)

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน คือ สถานที่ละ 200 ชุด ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 400 คน ดังนี้

1.วิหารมงคลบพิตร	200	ชุด
2.วัดพระศรีสรรเพชญ์	200	ชุด

ขั้นที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนตัวอย่าง 100 ชุด

ตัวแปรที่ศึกษา

1.ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา (Independent Variables)

1.1 เจเนอเรชั่น (Generations) ประกอบด้วย

1.1.1 กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)

1.1.1.1 อายุ 54 – 72 ปี

1.1.2 กลุ่มเอ็กซ์ (Generation X)

1.1.2.1 อายุ 41 – 53 ปี

1.1.3 กลุ่มวาย (Generation Y)

1.1.3.1 อายุ 23 – 40 ปี

1.2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

1.3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ

1.3.2 ด้านกิจกรรม

1.3.3 ด้านการเข้าถึง

1.3.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หมายถึง สถานที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยาที่หาได้ยากซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณี อารยธรรมในสมัยกรุงศรีอยุธยา อาทิ ผลงานด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ปรากฏศิลป และวรรณกรรม โดยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลกจากคณะกรรมการมรดกโลก องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในปี พ.ศ.2536

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสู่สถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของตัวบุคคลที่แตกต่างกันในการเดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อแสวงหาความต้องการส่วนบุคคลให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองได้กำหนดไว้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมต่างๆ อย่างมี

เป้าหมาย เช่น การการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวแรงจูงใจเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดการแสดงพฤติกรรมในบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ แรงจูงใจเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ: ความเป็นเอกลักษณ์ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดความสนใจและมีเสน่ห์เฉพาะตัวเพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
- 2.ด้านกิจกรรม: ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3.ด้านการเข้าถึง: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีเส้นทางคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยว
- 4.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภค ซึ่งมีอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ในสมัยกรุงศรีอยุธยา รวมถึงเรียนรู้วัฒนธรรมความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา ทำให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยจะสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมตามแนวคิด 6Ws และ 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด และผู้บริโภคซื้อที่ไหน เพื่อใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เจนเนอเรชัน หมายถึง ยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันในการเดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มคนตามช่วงอายุสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- 1.กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ หมายถึง บุคคลที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2489-2507 ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยมุ่งเน้นประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ศาสนา และการบริการที่น่าประทับใจ

2.กลุ่มเอ็กซ์ หมายถึง บุคคลที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2520 ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งให้ความสำคัญกับครอบครัวโดยมุ่งเน้นการเดินทางที่สะดวกปลอดภัย

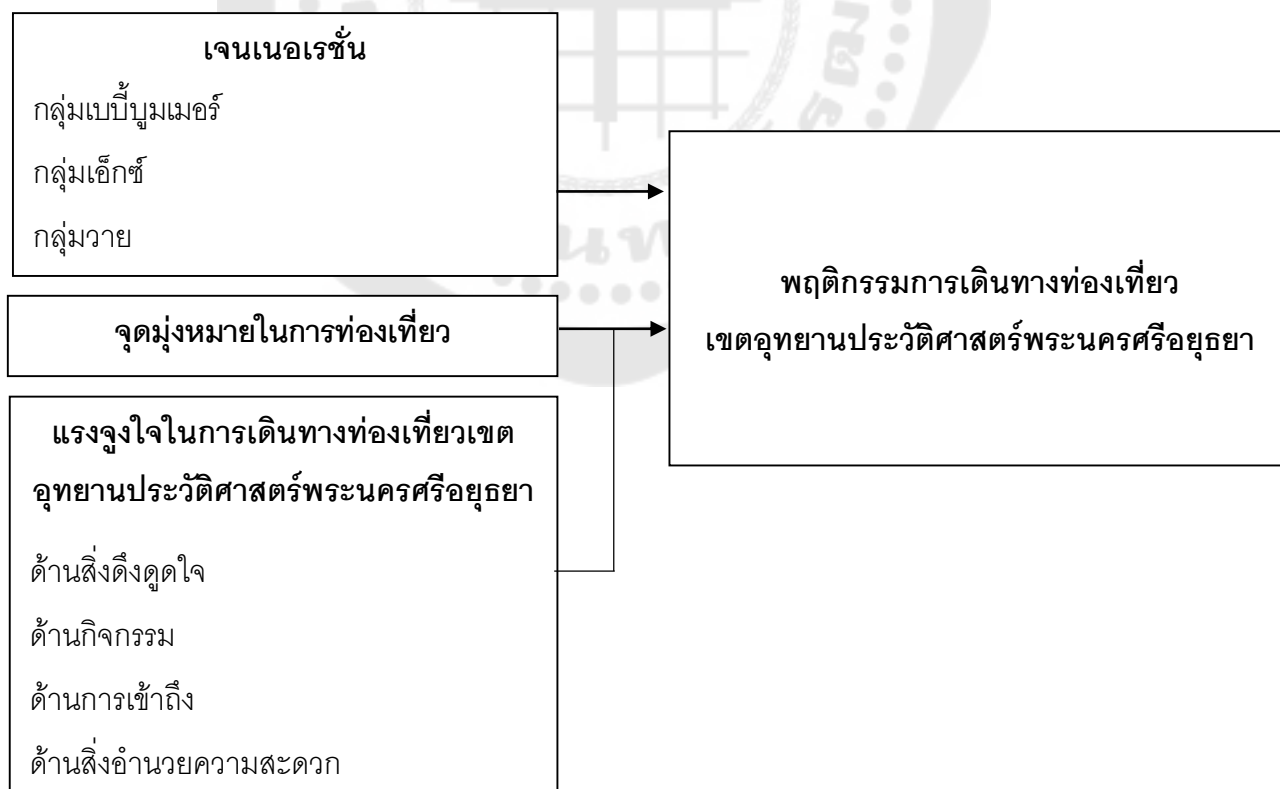
3.กลุ่มวาย หมายถึง บุคคลที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2521-2538 ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยมุ่งเน้นการสำรวจวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นเรียนรู้วัฒนธรรม เพื่อต้องการประสบการณ์เพื่อนำไปบอกต่อในโลกโซเชียล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในงานวิจัย

1.นักท่องเที่ยวที่มีเจเนอเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวายแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

2.จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเนื้อหาเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของสถานที่ที่ทำวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพิจารณา ดังนี้

- 1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่น
- 2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว
- 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกับแรงจูงใจ
- 4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 5.บริบทด้านพื้นที่
- 6.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่น

ความหมายของเงินเนอเรชั่น

เงินเนอเรชั่น คือ กลุ่มคนตามช่วงอายุ ซึ่งหมายถึงช่วงเวลาเฉลี่ยการเกิดของแต่ละยุค โดยมีระยะเวลาห่างกันประมาณ 20 กว่าปี ซึ่งมีพฤติกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาคุณสมบัติของช่วงอายุจะเป็นการสำรวจด้านพฤติกรรม สังคม การใช้ชีวิต ทักษะทางความคิด ฯลฯ เพื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและการใช้บริการกลุ่มช่วงอายุตามยุคสมัยที่แตกต่างกันได้ชัดเจน โดยมีคนให้แนวคิด คำจำกัดความและทฤษฎีเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่น ดังนี้

Mannheim (1952) ได้ให้คำจำกัดความ เงินเนอเรชั่น หมายถึงกลุ่มของบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ที่มีประสบการณ์คล้ายคลึงกัน ประสบกับเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ร่วมกันภายในระยะเวลาที่กำหนด

Glass (2007) ได้กล่าวว่า เงินเนอเรชั่น คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมต่างๆในเวลาเดียวกัน และประสบการณ์ดังกล่าวได้หล่อหลอมกลุ่มคนนั้น ๆ ให้มีมุมมองทัศนคตินิสัยที่คล้ายคลึงกัน

Billingham (2007) กล่าวว่าเจนเนอเรชั่น หมายถึงกลุ่มคนที่เจริญเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมเดียวกัน และถูกปลูกฝังความคิด ความเชื่อที่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลให้มีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มคนอีกรุ่นอย่างเห็นได้ชัด

Humphrey B. (2000) สรุปว่าเจนเนอเรชั่น คือการเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนในแต่ละเจนเนอเรชั่นนั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารความแตกต่างของกลุ่มคนที่อยู่รวมกันได้

การจัดแบ่งกลุ่มของเจนเนอเรชั่น

เนื่องจากการจัดแบ่งกลุ่มคนตามช่วงอายุนั้นมีหลากหลายแนวคิด ทฤษฎี ซึ่งมีการทับซ้อนกันในบางช่วงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดต่างๆ ที่ใช้เกี่ยวกับการจัดแบ่งช่วงอายุต่างๆ เพื่อสรุปหาข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

Zemke R. (2000) ได้ให้แนวคิดไว้เกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นตามมุมมองในเชิงสังคมวิทยา โดยจัดแบ่งกลุ่มผู้ปฏิบัติงานออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Veterans หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1922-1943 เป็นผู้ที่เกิดก่อนหรือเกิดระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 (ค.ศ. 1937-1945) โดยเฉพาะผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1920-1930 เป็นช่วงเวลาแห่งความทุกข์ยากลำบากอย่างแสนสาหัส จึงเป็นชนกลุ่มแรกสุดที่ซึมซับความทรงจำและรับอิทธิพลจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ของโลกเอาไว้ ทำให้เป็นผู้เคารพในกฎเกณฑ์ มีวินัย เชื่อในสิ่งที่เห็น ความจริงเท่านั้น จงรักภักดีต่อองค์กร เป็นที่พึ่งพาได้ ยึดติดกับจรรยาบรรณ รักรงาน และมองการทำงานเป็นสิ่งที่ทำให้มีเกียรติ เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่ให้ความเคารพผู้นำและสถาบัน ยอมปฏิบัติตามคำสั่งหรือการควบคุมโดยผู้นำที่มีอำนาจเพียงคนเดียวเหมือนอย่างทหารเชื่อมั่นในความสำเร็จด้วยการทำงานเป็นทีม เป็นคนหัวแข็ง เชื่อมั่นในความคิดของตนเอง ยินดีทำงานหนัก โดยแยกชีวิตการทำงานกับครอบครัวออกจากกัน ต้องการร่วมงานกับองค์กรที่มีความมั่นคง เช่น บริษัทใหญ่ ๆ หรือหน่วยงานของรัฐ เป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่สามารถเรียนรู้ได้ และชอบการสนทนาแบบตัวต่อตัว

2. Baby Boomers หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1943-1960 เป็นผู้ที่เกิดในระหว่างหรือหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 หรือคนรุ่นเก่า ซึ่งเติบโตขึ้นมาในยุคที่เต็มไปด้วยโอกาสและความเจริญก้าวหน้า จึงเป็นผู้มองโลกในแง่ดี พอเป็นผู้ที่ออกไปทำงานนอกบ้านเพียงคนเดียวโดยมีแม่อยู่บ้านคอยเลี้ยงดู ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะคนรุ่นนี้จะเป็นที่รักและเป็นสิ่งทดแทนการสูญเสียสมาชิกคนอื่น ๆ ไปในระหว่างสงครามโลก ทำให้รับรู้ว่าคุณค่าตนเองเป็นบุคคลสำคัญของทั้ง

ครอบครัวและสังคม มีความเป็นตัวของตัวเอง เรียนรู้การทำงานเป็นทีม เห็นงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ต้องการพิสูจน์ตนเองด้วยผลงาน ร่วมงานได้กับองค์กรทุกประเภทธุรกิจและอุตสาหกรรมไม่ว่าขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ได้ แต่ขอให้เป็นประชาธิปไตย มีความปลอดภัย มีโอกาสในการศึกษาต่อได้ เป็นคนบ้างาน และให้ความสำคัญกับงานมาก่อนครอบครัว มีความรู้ด้านเทคโนโลยีไม่มากแต่มีความสามารถในการพัฒนาได้ การทำงานจะยึดถือความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับผู้ร่วมงานทุกคน ปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมและยุติธรรม นิยมการแบ่งความรับผิดชอบให้ผู้นำหลาย ๆ คนร่วมกันบริหารงาน เป็นผู้ร่วมทีมงานที่ดี

3.Xers หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1960-1980 เป็นผู้ที่เกิดหลังความยากลำบากของกลุ่ม Baby Boomers ผ่านไป หรือคนรุ่นกลางที่อยู่ภายใต้ร่มเงาของ Baby Boomers เป็นระยะเวลายาวนาน จึงไม่มีใครสนใจหรือคำนึงถึงความสำคัญจนมีบางคนเรียกคนรุ่นนี้ว่าเป็น lost generation อัตราการเกิดลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากการคุมกำเนิด อัตราการหย่าร้างพุ่งสูงขึ้น พ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านทั้ง 2 คน เพราะรายได้จากพ่อเพียงคนเดียวไม่เพียงพอ ค่าใช้จ่าย เด็กที่เลิกเรียนกลับบ้านมาจึงไม่มีคนดูแลเพราะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น แม้แต่บริษัทขนาดใหญ่ต่าง ๆ ต้องประกาศให้มีการปลดพนักงาน ลดจำนวนพนักงาน หรือแม้แต่ลดเวลาการทำงานต่อวันลง ทำให้คนรุ่นนี้มีความรู้สึกที่ถูกทอดทิ้ง และโยยหาความรักความอบอุ่นจากครอบครัว ต้องพึ่งพาตนเอง ขี้ระแวง ข้างสงสัย มองโลกในแง่ร้าย ในการทำงานมีความคิดว่างานก็คืองานเท่านั้น ไม่จงรักภักดีหรือผูกพันกับองค์กร ต้องการความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชอบทำงานเกินเวลาหรือมากกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เป็นคนหัวแข็ง ไม่ค่อยสุภาพ ไม่ตรงต่อเวลา ไม่ชอบทำงานในองค์กรที่กำหนดเวลาเข้างานและเลิกงานตายตัว ชอบแต่งกายตามสบายไม่ชอบการใช้อำนาจหรือทำงานตามคำสั่ง แต่จะเลือกทำในสิ่งที่ตัวเองคิดว่าใช่หรือถูกต้องโดยใช้เหตุผลและยึดประโยชน์ของผู้อื่นเป็นที่ตั้ง ไม่ให้ความเคารพผู้อาวุโสหรือผู้นำเหมือนที่ Veterans และ Boomers ให้ความสำคัญ ไม่ชอบการทำงานแบบมีระเบียบพิธีรีตองตามลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา เพราะเห็นว่าอึดอัด เสียเวลารอคอยการตัดสินใจ มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี สามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน ชอบใช้การติดต่อสื่อสารผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ต้องการร่วมงานกับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ชอบการทำงานเป็นทีม หากจำเป็นต้องทำงานเป็นทีม พอใจที่จะให้มีสมาชิกไม่เกิน 3 คน โดยขอเป็นผู้เลือกทีมงานเองแบบไม่มีผู้นำ แต่ร่วมกันออกความเห็นและช่วยกันทำงาน ต้องการสวัสดิการพิเศษนอกเหนือจากเงินเดือน เช่น รถรับส่ง การรับเลี้ยงเด็กการอบรมทักษะด้านภาษา และเงินกู้ เป็นต้น

4.Nexters หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-2000 หรือคนรุ่นใหม่ที่เกิดจากพ่อแม่ที่เป็น Baby Boomers และ Xers ช่วงต้น ๆ ที่มีอายุประมาณ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งก็คือช่วงเวลาในปัจจุบันที่มีการเจริญเติบโตทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างมากมาย ซึ่งถือกันว่าเป็นช่วงเวลาที่มีบรรยากาศของการมองโลกในแง่ดียุคใหม่ คนรุ่นนี้จึงเป็นคนที่มองโลกในแง่ดีทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพราะได้รับการเลี้ยงดูมาอย่างประคบประหงม มีความเชื่อมั่นในตัวเองมากกว่าคนรุ่นก่อนหน้านี้ ประมาณ 1 ใน 3 เป็นลูกคนเดียวของครอบครัว มีผู้กล่าวว่าถ้า Xers ถูกเปรียบให้เป็น lost generation แล้ว สำหรับ Nexters ก็คงจะเป็น found generation เพราะพ่อแม่ทุ่มเทให้ทั้งการศึกษา การสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับความสามารถพิเศษทุกอย่าง ทำให้มีความรู้มากมายทั้ง การอ่าน การเขียน การคำนวณ การร้องเพลง การเต้นรำ การกีฬา และอินเทอร์เน็ตมีการศึกษาสูงมากกว่ารุ่นพ่อแม่ พ่อแม่ในรุ่น Boomers และ Xers ต่างได้รับการเลี้ยงดูมาในแบบที่ตัวเองคิดว่าไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่และให้อิสระเท่าที่ควร จึงต้องการชดเชยให้กับ Nexters ที่เป็นลูกของตัวเองอย่างเต็มที่ จึงมีบางคนกล่าวว่าพ่อแม่ของคนรุ่นนี้เลี้ยงลูกแบบตามใจ ให้อิสระและปกป้องคุ้มครองมากเกินไป คนรุ่นนี้เกิดมาพร้อมกับเครื่องอำนวยความสะดวกทุกอย่างจนมีความรู้สึกว่าเทคโนโลยีเป็นเรื่องธรรมชาติที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด ทำให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสูง เป็นพวกวัตถุนิยม และเกิดมาในยุคที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรมจากคนหลายเชื้อชาติ ทำให้เป็นคนที่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นมากกว่าคนทุกรุ่นที่ผ่านมา มีจิตใจในการทำงานเป็นทีม เพราะคิดว่าทีมหมายถึงทุกคน มีความรู้สึกกับ Boomers ดีกว่าที่ Xers มี แต่ชอบ Veterans มากกว่า โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของความซื่อสัตย์และความซื่อตรงเป็นอย่างมากมีความสามารถในการปรับตัวหรือมีความยืดหยุ่นเป็นจุดแข็งที่สุด มีทัศนคติในการทำงานที่ดีเพราะคิดว่าทุกอย่างสามารถทำได้ ต้องการร่วมงานกับองค์กรธุรกิจ การศึกษา การแพทย์คอมพิวเตอร์ กฎหมาย และ จิตวิทยา เป็นต้น คนรุ่นนี้มีบุคลิกภาพที่คล้าย Veterans หลายอย่างคือ เชื้อมั่นในความสำเร็จด้วยการทำงานเป็นทีม มองอนาคตในแง่ดี เชื่อถือในอำนาจส่วนกลางมีความตั้งใจที่จะทำงานให้สำเร็จ ยินดีทำงานหนัก และยอมเสียสละความสุขส่วนตัว

Andrew Schaff (2013) ซึ่งได้ปรับปรุงมาจากเกณฑ์การจัดกลุ่มของ Mannheim (1952) เนื่องจากตรงกับสำนักสถิติประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งกลุ่มเจนเนอเรชั่นออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มเกิดก่อนสงครามโลกหรือกลุ่มเงียบ กลุ่มเกิดหลังสงครามโลก กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย ซึ่งสอดคล้อง กับแนวคิดของ ศิวารัตน์ (ศิวารัตน์ ณ ปทุม, 2552) ให้แนวคิดเกี่ยวกับ เจนเนอเรชั่น ตามมุมมองในเชิงการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยแบ่งได้ 4 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มเจียบ เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2468-2488 มีลักษณะพฤติกรรมที่รักความถูกต้อง และปฏิบัติตามบรรทัดฐานของสังคม ชอบการปฏิบัติงานแบบการออกคำสั่งและการควบคุมในการดำเนินงาน จึงต้องการผู้บังคับบัญชาที่มีความแข็งแกร่งในการดำเนินงาน และมีประสบการณ์ในการในสายงานที่เป็นที่ประจักษ์ โดยจะตั้งใจเรียนรู้สิ่งใหม่หรือประสิทธิผลในการดำเนินการปฏิบัติที่ได้รับมอบหมาย

2.กลุ่มเกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 มีลักษณะพฤติกรรมการใช้ชีวิตอยู่กับงานชอบช่วยเหลืองานผู้อื่น ต้องการได้รับการยอมรับในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชาโดยให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ชอบช่วยเหลือความรับผิดชอบในงาน การได้รับมอบหมายการปฏิบัติงานที่ท้าทาย ทำให้มีการเติบโตในการทำงาน และคำนึงถึงความมั่นคง ความปลอดภัย และบรรยากาศในการปฏิบัติงานที่ส่งผลให้การทำงานเกิดควมมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานช่วยเหลืองานซึ่งกันและกัน

3.กลุ่มเอ็กซ์ เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2520 มีลักษณะพฤติกรรมการทำงานเพื่ออยู่เท่านั้น เพราะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสมดุลของงานกับชีวิตและครอบครัวมากกว่ากลุ่มอื่น ต้องการเป็นผู้มีอำนาจหรือการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าการเป็นพนักงานประจำ มีความคิดสร้างสรรค์ในทางเทคโนโลยี ต้องการงานที่แปลกใหม่และโปร่งใส ต้องการรางวัลการตอบแทนทางด้านการเงินและผลประโยชน์จากการทำงานอย่างรวดเร็ว ต้องการบรรยากาศในการทำงานที่ยืดหยุ่นไม่เคร่งครัดเป็นผู้ชอบแสวงหาสิ่งที่ใหญ่กว่าและดีกว่าในเรื่องงาน จึงต้องการการเติบโตและต้องการย้ายงานเพื่อสร้างทักษะมีความภาคภูมิใจในงานต่อระดับบริหาร

4.กลุ่มวาย เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521-2538 มีลักษณะพฤติกรรมการทำงานหนักเพื่อ

หวังผลตอบแทน และมีความทะเยอทะยานสูงและมีความคาดหวังที่เจริญเติบโตในหน้าที่การงานอย่างรวดเร็ว ต้องการความประสบความสำเร็จทางด้านการเงิน แสวงหาความท้าทายในงาน มีความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ มีความภาคภูมิใจต่อองค์กร

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงความแตกต่างของเจเนอเรชั่นว่าส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงแรงจูงในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษารวบรวมเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของแต่ละเจเนอเรชั่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลุ่มเบบี้บูมเมอร์

กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 2523 (ภราดร จำนงเวช 2556 : สืบค้นวันที่ 7 มิถุนายน 2561) หรือในยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 สาเหตุที่เรียกว่า “Baby Boomer” เพราะหลังจากผ่านสงครามโลกครั้งที่ 2 ประชากรที่ยังเหลืออยู่ในแต่ละประเทศมีน้อย คนในยุคนั้นจึงมีค่านิยมที่จะต้องมีลูกหลาย ๆ คน เพื่อสร้างแรงงานขึ้นมาพัฒนา ปัจจุบันคนยุค Baby Boomers เริ่มเข้าสู่วัยชรา คนกลุ่มนี้จึงเป็นคนที่ใช้ชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพในกฎระเบียบ ให้ความสำคัญกับสายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ กระบวนการในการทำงาน ชอบการทำงานที่มั่นคงและไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง Raths (1999) มีความอดทนสูงสูงงาน พยายามคิดและทำอะไรด้วยตัวเอง เป็นเจ้าคนนายคน ถูกครอบครัวยุติธรรมมาให้เป็นคนประหยัดอดออม จึงมีการใช้จ่ายอย่างรอบคอบ และระมัดระวังคน มีแนวคิดที่จะทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว มีความทุ่มเทกับการทำงานและองค์กรมมาก คนกลุ่มนี้จะไม่เปลี่ยนงานบ่อยเนื่องจากมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างมาก

จากพฤติกรรมสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่ม เบบี้บูมเมอร์ ซึ่งมีความมั่นคงในเรื่องการเงินยังเป็นช่วงอายุที่มีความกังวลด้านการเงินสำหรับท่องเที่ยวน้อยที่สุด โดยมีการคิดวางแผนเรื่องงบการท่องเที่ยวช่วงก่อนเดินทาง โดยอุปกรณ์ที่เป็นที่นิยมของผู้คนในช่วงอายุนี้นี้คือ คอมพิวเตอร์ มีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวสูง ให้ความสำคัญกับกิจกรรมระหว่างเข้าพัก ประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม และการบริการที่น่าประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (พิมพ์วิวัฒน์ นพกิจกำจร, 2560) สืบค้นวันที่ 9 มิถุนายน 2561) ดังนั้นกลุ่มเบบี้บูมเมอร์จะคำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบายการบริการที่ดีเยี่ยมในสถานที่ท่องเที่ยวเนื่องจากมีอายุมากและมีกำลังเงินสูงต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ศาสนาเพื่อหาความสงบในชีวิต

กลุ่มเอ็กซ์

กลุ่มเอ็กซ์ หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2523 (ภราดร จำนงเวช 2556 : สืบค้นวันที่ 7 มิถุนายน 2561) ประชากรกลุ่มนี้เกิดมาในช่วงรอยต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีแห่งยุคสมัยค่อนข้างมาก จึงทำให้คนกลุ่มนี้สามารถปรับตัวให้เหมาะกับยุคสมัยได้ดี จากการศึกษาตัวทางการค้าอุตสาหกรรม และวิทยาการเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกมากมายที่ช่วยยกระดับและส่งเสริมคุณภาพชีวิต สิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจโดยอาศัยความรู้ความสามารถของตนเอง ทั้งในการทำงาน และชีวิตส่วนตัว การมองว่างานเป็นเพียงส่วนหนึ่งของชีวิตเท่านั้นทำให้คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถในการทำงานควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้ง

ทางสังคม ครอบครัว และความเป็นส่วนตัว จนกระทั่งสามารถสร้างความสมดุลระหว่างการทำงาน และชีวิตส่วนตัว (เดชา (เดชา เศรษฐพัฒนไพศาล, 2551) ได้โดยการเรียนรู้ปัญหาของคนรุ่นพ่อรุ่นแม่ที่เป็นเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งทุ่มเทให้กับงานจนไม่มีเวลาส่วนตัวและเวลาให้กับครอบครัวอุปนิสัยส่วนตัวมีนิสัยชอบเสี่ยง ชอบทำอะไรใหม่ๆ ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีความยืดหยุ่น ชอบความเป็นอิสระเป็นรุ่นที่เติบโตมาด้วยการดูแลตัวเองเป็นส่วนใหญ่ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง เป็นกลุ่มที่แสวงหาอำนาจด้วยตนเอง และเป็นกลุ่มที่ต้องการความเป็นอิสระและการยอมรับ

จากพฤติกรรมสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่มเอ็กซ์ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มครอบครัวที่มีโดยในการเดินทางท่องเที่ยวจะพิจารณาจาก ความปลอดภัย และเหมาะกับครอบครัวในการเดินทางท่องเที่ยว โดยกลุ่มเอ็กซ์ นิยมอ่านรีวิว และคำบรรยายบนเว็บไซต์เกี่ยวกับที่พักและสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อประกอบกับใช้เวลาในการหาข้อมูลมากกว่าคนเจนเนอเรชั่นอื่น โดยคำนึงถึงรายละเอียด สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว (พิมพ์วิวัฒน์ นพกิจกำจร, 2560): สืบค้นวันที่ 9 มิถุนายน 2561) ดังนั้นกลุ่มเอ็กซ์เป็นกลุ่มที่คำนึงถึงครอบครัวเป็นหลักในการเดินทางก่อนเดินทางหาข้อมูลมาก่อนการตัดสินใจ และต้องการความสะดวกในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว

กลุ่มวาย

กลุ่มวาย คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2537 (ภราดร จ้างเวช 2556 : สืบค้นวันที่ 7 มิถุนายน 2561) เป็นคนยุคใหม่ที่ต้องการเหตุผลในทุกเรื่อง Gen Y ถูกปลูกฝังและผลักดันด้าน การศึกษาและเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ตั้งแต่วัยเด็ก เนื่องจากพ่อแม่ของคนกลุ่มนี้เป็นผู้มีความรู้สูง คนรุ่นนี้จะมีความคิดเป็นของตนเองค่อนข้างสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและเงื่อนโซ่ กล้าแสดงออก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ใส่ใจต่อคำวิจารณ์ มีความมั่นใจในตนเอง (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2550) เป็นกลุ่มคนที่มองโลกในแง่ดี ชอบทำงานเป็นทีม ไม่ชอบทำตามกฎระเบียบ ฉลาดยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ให้ความสำคัญกับความสำเร็จเป็นหลักแต่ไม่มองวางแผนระยะยาว ไม่มีความอดทนแต่มีความคาดหวังสูง มีโลกส่วนตัวสูงแต่ไม่ได้แสดงออกถึงความ ต้องการเป็นอิสระ มักมีความอดทนต่ำทั้งร่างกายและจิตใจ เก็บอารมณ์ไม่อยู่ หากเกิดปัญหาหรือไม่พอใจเรื่องใด

จากพฤติกรรมสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยโดยกลุ่มนี้เป็นวัยที่มีงานประจำ บางส่วนเพิ่งเริ่มมีครอบครัวคนกลุ่มนี้จึงเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยกลุ่มนี้จะหาข้อเสนอที่ดีที่สุดเมื่อจบการเดินทาง โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ขอบกิจกรรมกลางแจ้งจึงชอบเดินสำรวจวิถีชีวิตของผู้คนรอบ ๆ โดยกลุ่มนี้ชอบออกเดินทางไปในสถานที่ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักซึ่งบางครั้งได้รับคำแนะนำจากคนในท้องถิ่น ด้วยต้องการประสบการณ์เพื่อนำไปบอกต่อในโลกของโซเชียล (พิมพ์วิวัฒน์ นพกิจจำจร, 2560) สืบค้นวันที่ 9 มิถุนายน 2561) ดังนั้นกลุ่มวัยจึงเป็นกลุ่มที่ไม่เน้นการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน แต่เน้นในการเดินทางค่อนข้างบ่อย โดยต้องการทางเลือกที่ดีที่สุดในทางเลือกเดินทางท่องเที่ยว

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ความหมายของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายที่แตกต่างกัน โดยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น โดยมีคนให้แนวคิด คำจำกัดความและทฤษฎีเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ดังนี้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) สรุปว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพ เพื่อตอบสนองในแง่การผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวันและตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งในปัจจุบันความต้องการด้านการท่องเที่ยวของมนุษย์มีเพิ่มมากขึ้น

ไพฑูรย์ พงศะบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยมีจุดมุ่งหมายที่ไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

องค์ประกอบของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็น สิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป

2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

3. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการ ศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนาการศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

5. อื่นๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้ มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่างๆ

Robinson (1991) ได้กล่าวไว้ว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวมีอยู่ 8 ประการ คือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย
2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศน้ำแร่
3. เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา
4. เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ
5. เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
6. เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีคนที่ใกล้ชิด

จำเ

7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา

8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

Foster (1985) ได้เขียนไว้ในหนังสือ "Travel and Tourism Management" ว่าการเดินทางท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางที่มีความสมัครใจ วัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ประเภท คือ

1.การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป

2.การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ

3.การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว

4.การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ

5.การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวโยงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

6.การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก

7.การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น

8.การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงาน หารายได้อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ

9.การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือแรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมต่างๆ อย่างมีเป้าหมาย เช่น การจับจ่ายใช้สอย เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้า และการบริการ ซึ่งคาด

ว่าจะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจ โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจไว้ดังนี้

Kidd (1973) กล่าวว่า “แรงจูงใจ” (Motivation) มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Mover” ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” ความหมายคือ “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลให้เกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุก ๆ อุตสาหกรรม

Atkinson (1966) ได้กำหนดหลักการของทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หรือความสำเร็จในชีวิตขึ้นอยู่กับตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังว่าจะสำเร็จ แรงจูงใจที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จ และสิ่งล่อใจ

Woolfolk. (1995) แรงจูงใจ เป็นภาวะภายใน ของบุคคล ที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง

Domjan (1996) แรงจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจ กระทำพฤติกรรม นั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

Lovell (1980) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่ชักนำหรือโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ

Herzberg (1982) แรงจูงใจ ที่มีผลต่อการทำงานของบุคคลในองค์กร โดยศึกษาถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการทำงานเพื่อหาทางที่จะลดความไม่พอใจในการทำงาน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่มุ่งสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เป็นการตอบสนองความต้องการขั้นสูงสุดของบุคคล ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่ทำ

2.ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่จะสร้างความไม่พอใจในการทำงานให้กับพนักงาน ซึ่งจะเป็นตัวสกัดกั้นไม่ให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานขึ้นได้ หรือเป็นหัวข้อกำหนดเบื้องต้นที่จะป้องกันมิให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2542) กล่าวว่าเหตุจูงใจ หมายถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมุ่งที่จะแสดงพฤติกรรมเกิดการเคลื่อนไหวของร่างกาย ให้ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

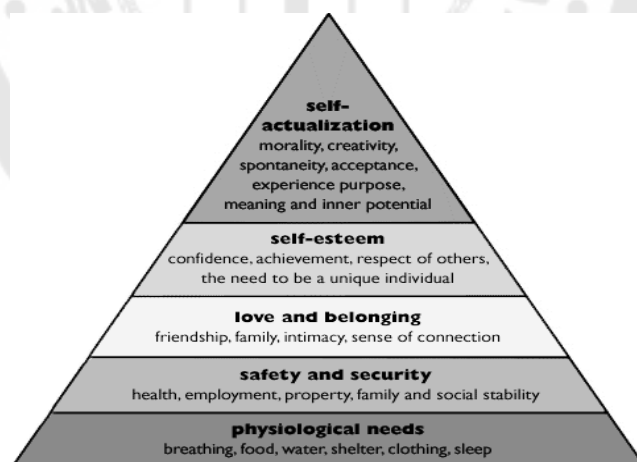
เสรี วงษ์มณฑา (2542) ให้ความหมายแรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

อารี พันธมณี (2546) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึง การนำปัจจัยต่างๆที่เป็นแรงจูงใจต่างๆมาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการปัจจัยต่างๆที่นำมาอาจเป็นรางวัล การลงโทษ การทำให้เกิดความตื่นตัวและเกิดความหวังเป็นต้น

แสงเดือน ทวีสิน (2549) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Mover” แปลว่า การเคลื่อนไหวซึ่งหมายถึงพลังผลักดันให้มนุษย์มีการเคลื่อนไหวเพื่อไปสู่เป้าหมายที่แต่ละคนต้องการ ถ้าขาดแรงจูงใจมนุษย์อาจเปรียบได้กับหุ่นยนต์ตัวหนึ่งที่เคลื่อนไหวได้ตามคำสั่งหรือความต้องการของผู้อื่น และพฤติกรรมหลายๆ อย่างของมนุษย์จะไม่เกิดขึ้นถ้าปราศจากการจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจ Maslow's General Theory of Human & Motivation

Maslow (1954) ได้คิดทฤษฎีจิตวิทยาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วโลก โดยหลักการดังกล่าวได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์โดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนาไปเป็นลำดับ (Hierarchy & Needs) ซึ่งสมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ 5 ขั้น ดังนี้



ภาพประกอบ 2 Maslow's General Theory of Human & Motivation

ที่มา: <http://www.researchhistory.org>, 13 มิถุนายน 2561

1.ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศและกรพักผ่อน เป็นต้น ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับมีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดเสียไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้ตนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2.ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

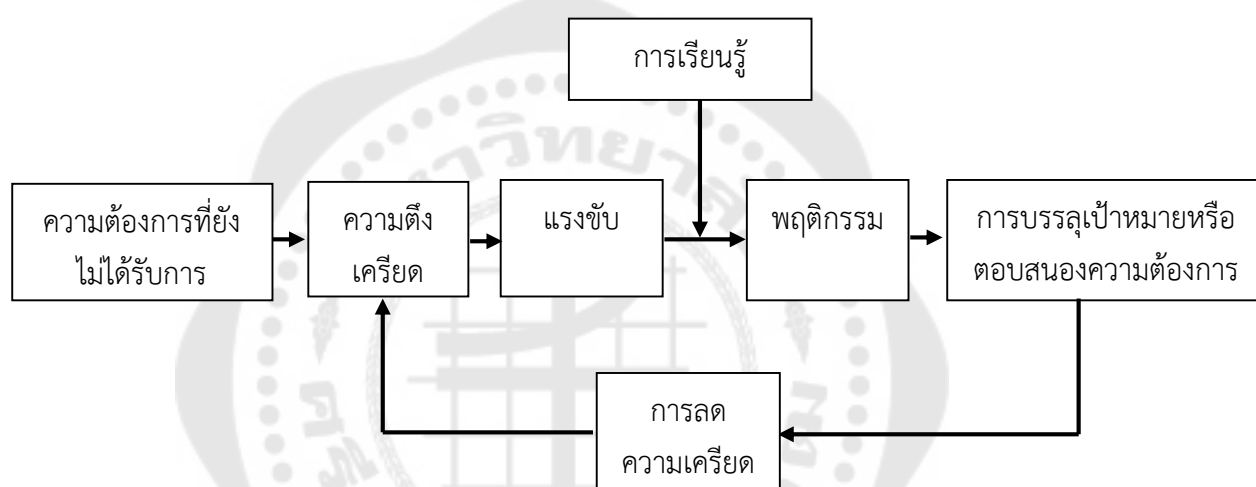
3.ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึง มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวาทนเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4.ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หมายถึง ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกวาทนไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

5.ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (self-actualization) หมายถึง รู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self-Actualization” อย่างสมบูรณ์

ทฤษฎี Model of the Motivation Process

Schiffman (1991)) กล่าวว่าแรงจูงใจมีที่มาจากหลายสาเหตุด้วยกันเช่น ความต้องการแรงขับสิ่งเร้า การคาดหวัง และการเก็บกดซึ่งบางที่เจ้าตัวก็ไม่รู้ตัว จะเห็นได้ว่าการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนเนื่องจากพฤติกรรมมนุษย์มีความซับซ้อน แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกัน แรงจูงใจต่างกันอาจเกิดพฤติกรรมที่เหมือนกันก็ได้โดยดูได้จากรูป ดังนี้ 2 ประเภท ดังนี้



ภาพประกอบ 3 Model of the Motivation Process

ที่มา: Schiffman and Kanuk. (1991). Consumer Behavior. P.181

1.ความต้องการ (Needs) เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุล เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น คนที่รู้สึกเหนื่อยล้าโดยการนอน นั่งพัก หรือเปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอิริยาบถ ดูหนังฟังเพลง คนที่ถูกทิ้ง ให้อยู่คนเดียว เกิดความต้องการความรัก ความสนใจจากผู้อื่น เป็นแรงผลักดันให้คนๆ นั้น กระทำการบางอย่างเพื่อให้ได้รับความรักความสนใจ ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการนั้น ส่วนใหญ่เกิดเนื่องมาจากความต้องการของบุคคล ความต้องการในคนเรามีหลายประเภท โดยทั่วไปแล้วแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น

1.1 ความต้องการทางกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย เช่น ต้องการกินอาหาร หายใจ ขับถ่ายของเสีย การเคลื่อนไหว พักผ่อน และต้องการทางเพศ ความต้องการทางกายทำให้เกิดแรงจูงใจ ใ้บุคคลกระทำการเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายนี้ว่า แรงจูงใจทางชีวภาพหรือทางสรีระ (Biological Motives)

1.2 ความต้องการทางสังคม หรือ ความต้องการทางจิตใจ (Social or Psychological Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคง ปลอดภัย การเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสรภาพ ความสำเร็จในชีวิต และตำแหน่งทางสังคม ความต้องการทางสังคมหรือทางจิตใจดังกล่าวนี้ เป็นเหตุใ้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าวคือ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives)

2.แรงขับ (Drives) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคลความต้องการ และแรงขับมักเกิดควบคู่กัน คือ เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นๆ ไป ผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เรียกว่า แรงขับนั้น นอกจากนั้นแรงขับยังหมายถึง สภาพทางจิตวิทยาที่เป็นผล เนื่องมาจากความต้องการทางกาย เช่น ความหิว ทำให้เกิดสภาพทางจิตวิทยาคือ ใจสั่น ตาลอย หงุดหงิด อารมณ์เสีย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในหน่วยงาน เช่น การเร่งร้อน หาข้อสรุปจากการประชุม ในบรรยากาศที่ผู้เข้าประชุมทั้งหิว ทั้งเหนื่อย แทนที่จะได้ข้อสรุปที่ดีบางครั้งกลับก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้ง ไม่ได้รับผลสำเร็จตามที่ต้องการ หรือเพราะด้วยความหิว ความเหนื่อย ทำให้รีบสรุปและตกลงเรื่องงานโดยขาดการไตร่ตรอง เพื่อจะได้รับประทานอาหารและพักผ่อน ซึ่งอาจก่อให้เกิด ผลเสียต่องานได้ แต่ในบางกรณี บุคคลบางคนก็อาจฉวยโอกาสของการที่คน ในที่ประชุมอยู่ในภาวะมีแรงขับด้านความหิว ความเหนื่อย มาเป็นประโยชน์ ให้ลงมติบางเรื่องโดยง่ายและรวดเร็วเพื่อประโยชน์ต่องาน

3.สิ่งล่อใจ (incentives) เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้ จัดเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การชักจูงให้คนงานมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ โดยยกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงาน การประกาศเกียรติคุณ การจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานหรือบุคคลดีเด่นประจำปี การจัดทำเนียบ "Top Ten" หรือสาขาดีเด่นขององค์กร การมอบโล่รางวัลแก่ฝ่ายงาน ที่มีผลงานยอดเยี่ยมในรอบปี ฯลฯ ตัวอย่างที่ยกมาเหล่านี้ จัดเป็นการใช้สิ่งล่อใจมาสร้างแรงจูงใจ ในการทำงานให้เกิดแก่พนักงานขององค์กรทั้งสิ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งล่อใจนั้นอาจเป็นวัตถุ สัญลักษณ์ หรือเป็นคำพูด ที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

4.การตื่นตัว (arousal) เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมที่จะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา พนักงานต้อนรับที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า ฯลฯ ลักษณะดังกล่าวนี้เปรียบเหมือนเครื่องยนต์ที่ติดเครื่องพร้อมจะทำงาน บุคลากรในองค์กรเมื่อตื่นตัวในการทำงาน ย่อมส่งผลให้ทำงานได้ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์พบว่า การตื่นตัวมี 3 ระดับ คือ การตื่นตัวระดับสูง การตื่นตัวระดับกลาง และการตื่นตัวระดับต่ำ ระดับที่นักจิตวิทยาค้นพบว่าดีที่สุดได้แก่ การตื่นตัวระดับกลาง ถ้าเป็นการตื่นตัวระดับสูง จะตื่นตัวมากเกินไปจนกลายเป็นตื่นตกใจ หรือตื่นเต้น ขาดสมาธิในการทำงาน ถ้าตื่นตัวระดับต่ำก็มักทำงานทำงานเฉื่อยชา ผลงานเสร็จช้า และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัว มีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีแตกต่างกัน ทั้งในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และระบบสรีระภายในของผู้นั้น

5.การคาดหวัง (expectancy) เป็นการตั้งความปรารถนา หรือการพยากรณ์ล่วงหน้าของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไป เช่น การที่คนงานคาดหวังว่า พวกเขาจะได้รับโบนัสประจำปีสัก 4-5 เท่าของเงินเดือน การคาดหวังนี้ส่งผลให้พนักงานดังกล่าว กระปรี้กระเปร่า มีชีวิตชีวา ซึ่งบางคนก็อาจจะสมหวัง และมีอีกหลายคนที่ไม่สมหวังในชีวิตจริง สิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นมักไม่ตรงกันเสมอไป ช่วงห่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ถ้าห่างกันมากก็อาจทำให้คนงานคับข้องใจ และเกิดปัญหา ขัดแย้งอื่นๆ ตามมา เจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารงาน จึงควรระวังในเรื่องดังกล่าว ที่จะต้องมีการสื่อสาร สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในกันและกัน การสร้างความหวัง หรือการปล่อยให้พนักงาน คาดหวังลมๆ แล้งๆ โดยที่สภาพความเป็นจริงทำไม่ได้ อาจจะก่อให้เกิดปัญหายุ่งยากที่คาดไม่ถึง ในเวลาต่อไป ดังตัวอย่างที่เห็นได้จาก การที่กลุ่มคนงานของบริษัทใหญ่บางแห่งรวมตัวกันต่อต้าน ผู้บริหาร และเผาโรงงาน เนื่องจากไม่พอใจที่ไม่ได้โบนัสประจำปีตามที่คาดหวังไว้ว่าควรจะได้ การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดัน หรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมอีกส่วนหนึ่งในองค์กร ถ้าได้มีการกระตุ้นให้พนักงานทำงานโดยวางแผนและเป้าหมาย ตั้งระดับของผลงานตามที่ควรจะเป็นอาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยยกระดับมาตรฐานของผลงานของพนักงาน ซึ่งเมื่อได้ผลงานดีขึ้น ผู้บริหารก็พิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดว่าจะได้ นับว่าได้รับประโยชน์พร้อมกัน ทั้งฝ่ายเจ้าของกิจการและผู้ปฏิบัติงาน

6.การตั้งเป้าหมาย (goal settings) เป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพ ถ้าพนักงานหรือนักธุรกิจมีการตั้งเป้าหมายใน

การทำงานจะส่งผลให้ทำงานอย่างมีแผน และดำเนินไปสู่เป้าหมายดังกล่าวเสมือนเรือที่มีหางเสือ ซึ่งในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นจะเห็นว่ามีคนบางคนที่ทำอะไรก็มักประสบความสำเร็จหรือไม่สำเร็จ อาจจะมีหลายประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลมากต่อความสำเร็จในการทำงาน คือการตั้งเป้าหมายในการทำงานแต่ละงานไว้ล่วงหน้า ซึ่งเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารงาน ควรสนับสนุนให้พนักงานทำงานอย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและตัวของพนักงานเอง

ที่กล่าวมาทั้งหมดในเรื่องที่มาของแรงจูงใจ ซึ่งได้แก่ ความต้องการ แรงขับ สิ่งล่อใจ การตื่นตัว การคาดหวัง และการตั้งเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าค่อนข้างยากที่จะกล่าวอธิบายแต่ละเรื่อง แยกจากกันโดยเอกเทศ ทั้งนี้เนื่องจาก แต่ละเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ตัวอย่างเช่น ความต้องการ ทำให้เกิด ภาวะขาดสมดุลภายในร่างกาย หรือจิตใจ มนุษย์อยู่ในภาวะขาดสมดุลไม่ได้ ต้องหาทางสนองความต้องการเพื่อให้เข้าสู่ภาวะสมดุลส่งผลให้เกิดแรงขับหรือแรงผลักดันพฤติกรรม ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางมุ่งไปสู่เป้าหมาย เมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วแรงผลักดันพฤติกรรมก็ลดลง ภาวะสมดุลก็กลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง จากคำอธิบายดังนี้จะเห็นได้ว่าที่มาของแรงจูงใจหลายเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่ามูลเหตุให้เกิดการท่องเที่ยวน่าจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโดยสัญชาตญาณอยู่แล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา พอจะสรุปถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับล้านๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ

Pizam (Eds). (1999) กล่าวว่า การศึกษาส่วนใหญ่แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญ ในการตัดสินใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อ เวลา สถานที่ และประเภทการท่องเที่ยวใด ๆ ที่ผู้บริโภคจะปฏิบัติตาม การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมากชี้ไปที่สิ่งที่มีอยู่จริง ทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน

Harsseel (1994) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 2 ปัจจัย ประกอบด้วย

1.ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากตัวบุคคลเอง เช่นต้องการพักผ่อน เปลี่ยนแปลงจากบรรยากาศสภาพแวดล้อมเดิม ๆ ต้องการเข้าสังคม

2.ปัจจัยดึง (Pull Factors) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความสวยงามน่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ

McIntosh (1997) ได้มีการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1.มูลเหตุจูงใจทางด้านร่างกาย คือ ความต้องการในการพักผ่อน การแสวงหาสิ่งแปลกใหม่

2.มูลเหตุจูงใจด้านวัฒนธรรม

3.มูลเหตุจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3.มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพและเกียรติภูมิ

Cooper C. and Boniface B. G (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

1.สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจหรือมีเสน่ห์เฉพาะตัว

2.การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจสุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4.บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (3As) ได้แก่

1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่และเหตุการณ์ สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3.การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่งประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่าน เส้นทางหรือท่าอากาศยาน

Tourism Western Australia (2008) หรือ ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้และประสบความสำเร็จในการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจหรือแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายปลายทาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงสามารถแบ่งสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

-สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม

-สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม

-สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์

2.กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมเกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย

3.การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึงหรือเส้นทางคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์เร็ว หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต รวดยาง ลูกกรง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ ถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะให้เหมาะสมสำหรับการเดินทางและพิจารณาค่าเดินทาง เป็นต้น ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึง สิ่งที่สามารถ

ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงโฆษณาผ่านหนังสือการท่องเที่ยว, การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ Facebook หรือ Website เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนอื่นข้างเคียงแทน

5. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ที่พักรวมอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคทำการค้นหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคคือปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้สินค้า รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพล ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลลงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้การตลาดตอบสนองผู้บริโภคได้ผลสำเร็จด้วยการสามารถชักนำและหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีที่จะทำให้ซื้อซ้ำครั้งต่อเนื่องเรื่อยไป

สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำ กิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตัว ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่านิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก

ชูชัย สมิทธิไกร (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

Belch (1993) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาอยากได้ให้ได้รับความพอใจ

Schiffman (1991) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ (Consumer Behavior) คือ ขั้นตอนศึกษาผู้บริโภคโดยมีขั้นตอนเพื่อแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อ การเลือก ก่อให้เกิดการใช้จ่าย สินค้าและบริการให้เป็นตามวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ

Peter C. (1990) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ (Consumer Behavior) คือ ลักษณะการกระทำของผู้บริโภคซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรม ความนึกคิด ความเข้าใจก่อให้เกิดการตัดสินใจภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเพื่อเอาไว้สำหรับ การดำเนินชีวิต

Freud (1856-1936) เชื่อว่าพฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์ มีแรงจูงใจมาจากจิตไร้สำนึก ซึ่งมักจะผลักดันออกมาในรูปความฝัน การพูดพลั้งปาก หรืออาการผิดปกติทางด้านจิตใจในด้านต่างๆ เช่น โรคจิต โรคประสาท เป็นต้น ธรรมชาติของมนุษย์เกิดมาพร้อมกับแรงขับทางสัญชาตญาณ (Instinctual drive) และเป็นพลังงานที่สามารถเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนที่ได้ จิตจึงเป็นพลังงานรูปหนึ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงและไม่หยุดนิ่ง การทำงานของจิตแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. จิตไร้สำนึก (Unconscious Mind) การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์โดยออกไปโดยไม่รู้ตัว ที่เกิดมาจากพลังของจิตไร้สำนึกซึ่งทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงออกไปตามหลักแห่งความพึงพอใจของตน และการทำงานของจิตไร้สำนึกเกิดจากความปรารถนา หรือความต้องการของบุคคลที่เกิดขึ้นในวัยเด็ก ที่ไม่ได้รับการยอมรับ เช่น การถูกห้าม หรือถูกลงโทษ จะถูกเก็บกดไว้ในจิตส่วนนี้

2.จิตสำนึก (Conscious Mind) บุคคลรับรู้ตามประสาทสัมผัสทั้งห้า ที่บุคคลจะมีการรู้ตัวตลอดเวลาว่ากำลังทำอะไรอยู่ คิดอะไรอยู่ คิดอย่างไรเป็นการรับรู้โดยทั่วไปของมนุษย์ ที่ควบคุมการกระทำส่วนใหญ่ให้อยู่ในระดับรู้ตัว (Awareness) และเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมา โดยมีเจตนาและมีจุดมุ่งหมาย

3.จิตก่อนสำนึก (Preconscious Mind) เป็นส่วนของประสบการณ์ที่สะสมไว้ หรือเมื่อบุคคลต้องการนำกลับมาใช้ใหม่ก็สามารถระลึกได้และสามารถนำกลับมาใช้ในระดับจิตสำนึกได้ และเป็นส่วนที่อยู่ใกล้ชิดกับจิตสำนึกมากกว่าจิตไร้สำนึก

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพล ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลลงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้ นักการตลาดตอบสนองของผู้บริโภคได้ผลสำเร็จด้วยการสามารถชักนำและหวานล่อมให้ลูกค้าซื้อสินค้า และมีความจงรักภักดีที่จะทำให้ซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง

ดารา ที่ปะปาล (2542) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภคการกระทำใด ๆของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับการเลือกสรรสินค้าและบริการ รวมทั้ง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ประสิทธิ์ ทองอุ่น (2542) กล่าวว่า ประเภทของพฤติกรรมของมนุษย์สามารถแบ่ง ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่ รู้ได้ บุคคลอื่นที่มีใช้เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออก พฤติกรรมภายใน นั้นเป็นกระบวนการทางงานของสมอง ซึ่งหมายถึง ขั้นตอนการทางงานของสมองในรูปแบบต่างๆ

2.พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่น นอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัย การสังเกต ไม่ว่าจะเป็นใช้ ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

Kotler Armstrong (2009) ได้วิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการ ค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค

คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who constitutes the market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (what does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงในการซื้อ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

5. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบโอกาสในการซื้อ

7. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโครงการสร้างช่องทาง ที่ผู้บริโภคจะไปซื้อในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ

ตาราง 2 แสดงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อให้ได้คำตอบ 7Os ซึ่งประกอบไปด้วย

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who constitutes the market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา (4) พฤติกรรมการบริโภค
ผู้บริโภคซื้ออะไร (what does the market buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why does the market buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (2) ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ตาราง 2 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (who participates in the buying)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how does the market buy?)	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นข้อมูล (3) การประเมินผล (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when does the market buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใด ของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาล วันสำคัญช่องทาง หรือแหล่ง หรือสถานที่จำหน่าย (Outlet)
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where does the market buy?)	ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (United Nation :UN) ให้ความหมายของ "นักท่องเที่ยว" ไว้ดังนี้ ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2. นักทัศนอาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543) อาจใช้คำจำกัดความได้ เป็นปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการรับและใช้บริการการท่องเที่ยว บริการทางด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาเหล่านั้น

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว นั้นมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรม การท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว่อมสามารถท่องเที่ยวได้ใกล้ และในเวลาสั้นเท่านั้น แต่ในขณะที่คนที่มียาได้สูง มีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัย และมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior หมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยว นั้น ๆ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ก็เพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องต่างๆ ประกอบด้วย

- 1.การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
- 2.การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว
- 3.การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด
4. การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
- 5.การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

สรชัย พิศาลบุตร และ นฤมล สมิตินันท์ (2526) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงการกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมี ประสบการณ์แปลกๆ ใหม่ ๆ

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

บุญเลิศ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวหมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ประการ ดังนี้

1. การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

3.สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

4.การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอริยมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

5.การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

6.การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

7.การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

8.ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ มีความพึงพอใจ และไม่มี ความพึงพอใจ

9.ทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่ พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต้อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยบุคคลที่ร่วมเดินทาง รูปแบบการท่องเที่ยว สาเหตุในการท่องเที่ยว และความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษามาตั้งเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.บริบทพื้นที่

ข้อมูลทั่วไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอดีตราชธานีของไทยมีหลักฐานของการเป็นเมืองในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ประมาณพุทธศตวรรษที่ 16 - 18 โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และเรื่องราวเหตุการณ์ในลักษณะตำนานพงศาวดาร ไปจนถึงหลักศิลาจารึก ซึ่งถือว่าเป็นหลักฐานร่วมสมัยที่ใกล้เคียงเหตุการณ์มากที่สุด ซึ่งเมืองอโยธยาหรืออโยธยา ศรีรามเทพนคร หรือเมืองพระราม มีที่ตั้งอยู่บริเวณด้านตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา มีบ้านเมืองที่มีความเจริญทางการเมือง การปกครอง และมีวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองแห่งหนึ่ง มีการใช้กฎหมายในการปกครองบ้านเมือง 3 ฉบับ คือ พระอัยการลักษณะเบ็ดเสร็จ พระอัยการลักษณะทาส พระอัยการลักษณะกู้หนี้ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) ทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 1893 กรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางของประเทศสยามสืบต่อยาวนานถึง 417 ปี มีพระมหากษัตริย์ปกครอง 33พระองค์ จาก 5 ราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททอง และราชวงศ์บ้านพลูหลวง กรุงศรีอยุธยาสูญเสียเอกราชให้แก่พม่า 2 ครั้ง ครั้งแรกใน พ.ศ. 2112 สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงกู้เอกราชคืนมาได้ ใน พ.ศ. 2127 และเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงกอบกู้เอกราชได้ในปลายปีเดียวกัน แล้วทรงสถาปนากรุงธนบุรีเป็นราชธานีแห่งใหม่กวาดต้อนผู้คนจากกรุงศรีอยุธยาไปยังกรุงธนบุรีเพื่อสร้างบ้านเมืองแห่งใหม่ให้มั่นคง แต่กรุงศรีอยุธยาก็ไม่ได้กลายเป็นเมืองร้างยังมีคนที่รักถิ่นฐานบ้านเดิมอาศัยอยู่ และมีราษฎรที่หลบหนีไปอยู่ตามปากลำน้ำเข้ามาอาศัยอยู่รอบ ๆ เมือง รวมกันเข้าเป็นเมืองจนทางการยกเป็นเมืองจัตวาเรียกว่า "เมืองกรุงเก่า"พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงยกเมืองกรุงเก่าขึ้นเป็นหัวเมืองจัตวาเช่นเดียวกับสมัยกรุงธนบุรี หลังจากนั้นพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้จัดการปฏิรูปการปกครองทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยการปกครองส่วนภูมิภาคนั้นโปรดให้จัดการปกครองแบบเทศาภิบาลขึ้นโดยให้รวมเมืองที่ใกล้เคียงกัน 3-4 เมือง ขึ้นเป็นมณฑล มีข้าหลวงเทศาภิบาลเป็นผู้ปกครอง โดยในปี พ.ศ. 2438 ทรงโปรดให้จัดตั้งมณฑลกรุงเก่าขึ้น ประกอบด้วยหัวเมืองต่าง ๆ คือ กรุงเก่าหรืออยุธยา อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี พรหมบุรี อินทร์บุรี และสิงห์บุรี ต่อมาโปรดให้รวมเมืองอินทร์ และเมืองพรหมเข้ากับเมืองสิงห์บุรี ตั้งที่ว่าการมณฑลที่อยุธยา และต่อมาในปี พ.ศ. 2469 เปลี่ยนชื่อจากมณฑลกรุงเก่าเป็นมณฑลอยุธยา ซึ่งจากการจัดตั้งมณฑลอยุธยามีผลให้อยุธยามีความสำคัญทางการบริหาร การปกครองมากขึ้นการสร้างสิ่งสาธารณูปโภคหลายอย่างมีผลต่อการพัฒนาเมืองอยุธยาในเวลาต่อมา จนเมื่อยกเลิกการปกครองระบบเทศาภิบาล ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 อยุธยาจึงเปลี่ยนฐานะเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรีได้มีนโยบายบูรณะโบราณสถาน ภายในเมืองอยุธยาเพื่อเป็นการฉลองยี่สิบห้าพุทธศตวรรษประจวบกับในปี พ.ศ. 2498 นายกรัฐมนตรีประเทศพม่าเดินทางมาเยือนประเทศไทยและมอบเงินจำนวน 200,000 บาท เพื่อปฏิสังขรณ์วัดและองค์พระมงคลบพิตร เป็นการเริ่มต้นการบูรณะโบราณสถานในอยุธยาอย่างจริงจัง ซึ่งต่อมากรมศิลปากรเป็นหน่วยงานสำคัญในการดำเนินการ จนองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก มีมติให้ขึ้นทะเบียนนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็น มรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 มีพื้นที่ครอบคลุมในบริเวณโบราณสถานเมืองอยุธยา

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

ด้านธุรกิจการค้าและบริการ สภาพทางเศรษฐกิจของเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา โดยทั่วไปเป็นสภาพเศรษฐกิจที่พึ่งพาในการผลิตในสาขาการค้าและการบริการเป็นหลัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าประชากรส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพการค้า และการบริการ ทั้งนี้เนื่องจากบริเวณเขตเทศบาล เป็นศูนย์กลางการบริหารราชการที่สำคัญของจังหวัด รวมทั้งเป็นศูนย์การค้า บริการ การท่องเที่ยวและสถาบันการเงินของจังหวัดอีกด้วย ศูนย์กลางแหล่งที่ตั้งของธุรกิจการค้าและบริการ มีอยู่ 3 บริเวณ คือ บริเวณตลาดหัวแหลม (อันเป็นย่านธุรกิจการค้าเก่าแก่ ปัจจุบันค่อนข้างซบเซา) บริเวณตลาดหัวรอ และบริเวณตลาดเจ้าพรหม

การพาณิชย์การสถาบันการเงิน ธนาคารต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งสินเชื่อที่ประชาชนสามารถ กู้ยืมเงินมาลงทุนในการประกอบการในเขตเทศบาลมีทั้งหมด 12 แห่ง ส่วนสถาบันการเงินกู้ยืมรูปแบบหนึ่ง คือ บริษัทประกันภัย ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยาซึ่งมีอยู่ประมาณ 6 แห่ง และบริษัท อื่นๆ ประมาณ 49 แห่งในเขตเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา มีตลาด 3 แห่ง คือ ตลาดสดและตลาด ขยายของแห้งและอาหารสำเร็จรูปของเทศบาล จำนวน 2 ตลาด (ตลาดเจ้าพรหม 1 และตลาดเจ้าพรหม 2) และตลาดหัวรอ ซึ่งเป็นทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และมีประชาชนมาค้าขายของ ในช่วงตอนเช้าบริเวณตลาดประจักษ์ซึ่งเป็นที่ราชพัสดุแต่ไม่ได้จัดตั้งเป็นตลาด

ด้านการท่องเที่ยว

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ 11 จังหวัด เป็นจังหวัดท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2533 โดยให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดหนึ่งตามข้อเสนอของ กรอ.จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีผลให้ภาคเอกชนมาลงทุนด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนั้น การศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวภาคกลางตอนบน ให้ประกาศเป็นเขตส่งเสริมการท่องเที่ยวรวมทั้งจัดตั้งศูนย์กลางส่งเสริมและจำหน่ายหัตถกรรมภาคกลางตอนบนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ซึ่งแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง

ทางวัฒนธรรมประเพณีในอดีต ที่สืบทอดเป็นมรดกสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชาติจนได้รับการยกย่องจากองค์การ UNESCO ให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกของโลกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถจำแนกตามลักษณะเด่น ๆ ของการท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1.แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม
- 2.แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม
- 3.แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติศึกษาและการพักผ่อนหย่อนใจ

ภูมิประเทศ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางถนนสายเอเชีย ประมาณ 75 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 72 กิโลเมตร และทางเรือประมาณ 103 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,579,900 ไร่ นับว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 63 ของประเทศไทย และ เป็นอันดับที่ 11 ของจังหวัดในภาคกลาง ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา ไม่มีภูเขา ไม่มีป่าไม้ มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำน้อย รวมความยาวประมาณ 200 กิโลเมตร มีลำคลองใหญ่น้อย ประมาณ 1,254 คลอง เชื่อมต่อกับแม่น้ำเกือบทั่วพื้นที่

ข้อมูลทั่วไปของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

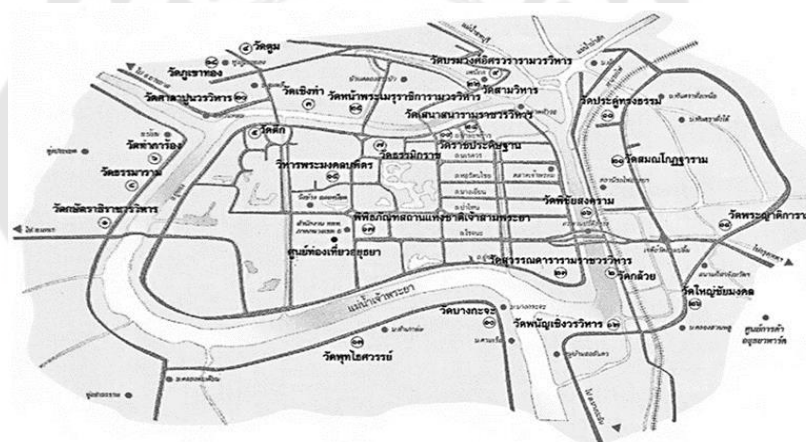
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้ง เป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ในปี พ.ศ.2519 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ.2534 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศ ตูนิเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะส่งผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆได้ทำร่วมกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ที่ เกาะเมือง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในเขตที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือ 76 กิโลเมตร

ตัวเกาะเมืองซึ่งเป็นศูนย์กลางของกรุงศรีอยุธยาในอดีต ถูกล้อมรอบด้วยแม่น้ำสำคัญ 3 สายคือ แม่น้ำลพบุรีด้านทิศเหนือ แม่น้ำป่าสักด้านทิศตะวันออก และแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมต่อการเกษตรกรรมอันเป็นพื้นฐานของการตั้งถิ่นฐาน เป็นชุมทางคมนาคมที่เอื้อต่อการค้าทั้งภายในและภายนอก ทำให้กรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่มีความสำคัญของภูมิภาคเอเชียและของโลกในระหว่างพุทธศตวรรษที่ 20 – 23

กรมศิลปากร ได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยา ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 102 ลงวันที่ 17 สิงหาคม พุทธศักราช 2519 พื้นที่ 1,810 ไร่ โดยในเขตที่ดินโบราณสถานดังกล่าว มีโบราณสถานที่สำคัญ ดังนี้

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



ภาพประกอบ 4 แสดงแผนที่เขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยา

ที่มา: <http://www.tripandtrek.com>, 20 มิถุนายน 2561

ในปี พุทธศักราช 2540 กรมศิลปากรได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาเพิ่มเติม ดังภาพ ที่ 4 แสดงถึงแผนที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งครอบคลุมเกาะเมืองอยุธยาและพื้นที่รอบนอกเกาะเมืองทุกด้านที่ปรากฏหลักฐานด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี รวมพื้นที่โบราณสถานประมาณ 3,000 ไร่โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำการอนุรักษ์และพัฒนาให้เหมาะสมกับการที่นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับยกย่องให้เป็นมรดกโลกซึ่งในเขตที่ดินเพิ่มเติมนี้ มีโบราณสถานที่สำคัญ อาทิ พระราชวังจันทรถนั วัดสุวรณ

दारารามราชวรวิหาร วัดธรรมิกราช วัดไชยวัฒนาราม วัดพุทไธศวรรย์ วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล วัดกุฎีดาวหมู่บ้านญี่ปุ่น โบสถ์นักบุญยอแซฟ เป็นต้น

ทั้งนี้ เขตที่ดินโบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก คือเขตที่ดินในส่วนก่อนมีประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2540 เท่านั้น เนื่องจากไม่ได้มีการเสนอขยายเขตที่ดินตามประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณเพิ่มเติมให้เป็นมรดกโลก

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

วิหารมงคลบพิตร วิหารพระมงคลบพิตร ตามพระราพงศาวดารฯบริเวณที่ตั้งวิหารนี้เคยเป็นวัดในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าทรงธรรมเพราะระบุว่าโปรดอัญเชิญพระพุทธรูปขนาดใหญ่ นามว่า มงคลบพิตร มาจากพื้นที่ทางตะวันออกต่อนั้นก็ทรงก่อมณฑปครอบครั้นถึงรัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ โปรดเกล้าให้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ พระมงคลบพิตรขึ้นอีกครั้งหนึ่ง โดยโปรดให้ทำบัวหงายคั่นระหว่างพระเกตุมาลากับพระรัศมี ส่วนพระวิหารนั้นก็โปรดให้รื้อเครื่องบนออก แล้วก่อหลังคาให้เหมือนดังพระวิหารทั่วไป ต่อมาเมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 นั้น พม่าเข้าใจว่าพระมงคลบพิตรเป็นพระพุทธรูปทองคำ จึงได้ใช้ไฟสุ่มลอกทองจนกระทั่งองค์พระ ตลอดจนพระวิหารได้รับความเสียหายมาก โดยเฉพาะเครื่องบนพระวิหารที่หักลงมา ต้องพระเม้าพีและพระกรข้างขวาจนแตกหักตกลงมากลายเป็นซากปรักหักพัง นับแต่นั้นมาจนกระทั่งถึงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 จึงได้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ขึ้น เมื่อครั้งพระยาโบราณราชธานินทร์ ดำรงตำแหน่งสมุหนายกเสด็จมาเยือนกรุงเก่าครั้งนั้นได้

มีการซ่อมพระเม้าพีและพระกรข้างขวาด้วยปูนปั้น ส่วนพระวิหารที่อยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรม ก็ได้มีการบูรณะขึ้นใหม่ด้วยเช่นกัน ใน พ.ศ. 2474 คุณหญิงอมเรศศรีสมบัติ มีศรัทธาที่จะปฏิสังขรณ์ฐานพระมงคลบพิตรขึ้นใหม่ ครั้นนั้นจำเป็นต้องลบรอยปูนปั้นของเดิมออกจนหมด พ.ศ. 2499 จอมพลแปลก พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี ได้สั่งให้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์พระมงคลบพิตรและพระวิหารขึ้นใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะองค์พระมงคลบพิตรนั้นได้ทำสีดำตลอดทั้งองค์ พ.ศ. 2533 สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายกเสด็จมาเป็นองค์ประธานเททองหล่อพระพุทธรูปพระมงคลบพิตรจำลอง ได้ประทานพระราชดำริว่าควรปิดทององค์พระมงคลบพิตรทั้งองค์ ทำให้องค์พระพุทธรูปมีพุทธลักษณะที่งดงาม น่าเลื่อมใสศรัทธายิ่งขึ้น

วัดพระศรีสรรเพชญ์ เดิมในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 ใช้เป็นที่ประทับ ต่อมาสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ทรงสร้างพระราชมณเฑียรขึ้นใหม่ทางตอนเหนือ แล้วจึงโปรดฯให้ยกเป็นเขตพุทธาวาส เพื่อประกอบพิธีสำคัญต่าง ๆ ของบ้านเมือง จึงเป็นวัดในเขตพระราชวังที่ไม่มีพระสงฆ์

จำพรรษา แตกต่างกับวัดมหาธาตุสุโขทัยที่มีพระสงฆ์จำพรรษา ทั้งวัดมหาธาตุ สุโขทัย วัดพระศรีสรรเพชญ์ อยุธยา และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ต่างก็ถูกสถาปนาขึ้นในมูลเหตุการสร้างวัดเดียวกันนั้น คือ “สร้างเพื่อเป็นวัดประจำพระราชวัง”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2035 รัชสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 พระองค์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระสถูปเจดีย์องค์ตะวันออก เพื่อบรรจุพระอัฐิของพระราชบิดา สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2042 พระองค์ก็ทรงให้สร้างพระเจดีย์องค์ต่อมา ซึ่งเป็นพระเจดีย์องค์กลาง เพื่อบรรจุพระอัฐิของสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 พระบรมเชษฐาธิราช

ในปีต่อมา พ.ศ. 2043 สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างพระวิหาร ทรงหล่อพระพุทธรูปยืนสูง 8 วา (ประมาณ 16 เมตร) หุ้มด้วยทองคำหนัก 286 ชั่ง (ประมาณ 171 กิโลกรัม) ประดิษฐานไว้ในวิหาร ถวายพระนามว่า พระศรีสรรเพชญ์ดาญาณ เจดีย์องค์ที่ 3 ถัดมาจากด้านทิศตะวันตกเป็น เจดีย์บรรจุพระอัฐิ ของสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 ซึ่งสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 4 (พระหน่อกุสุมาร) พระราชโอรสได้โปรดให้สร้างขึ้น เจดีย์ทั้งสามองค์นี้เป็นเจดีย์แบบลังกา ในรัชสมัยพระเจ้าทรงธรรมพระองค์โปรดเกล้าฯ ให้สร้าง พระที่นั่งจอมทอง ตั้งอยู่ใกล้กำแพงทางด้านติดกับ วิหารพระมงคลบพิตร เพื่อให้เป็นสถานที่ให้พระสงฆ์บอกเล่าหนังสือพระสงฆ์ ราวรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ มีการบูรณะปฏิสังขรณ์วัดหลวงแห่งนี้เป็นครั้งแรกภายหลังเมื่อเสียกรุง พ.ศ. 2310 พม่าได้เผาลอกทองคำไปหมด และองค์พระพังยับเยิน ในสมัยรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จึงโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายมาประดิษฐานวัดพระเชตุพน และบรรจุขึ้นส่วนซึ่งบูรณะไม่ได้เหล่านั้นไว้ในเจดีย์องค์ใหญ่ที่สร้างขึ้นแล้วพระราชทานชื่อเจดีย์ว่า เจดีย์สรรเพชญ์ดาญาณ ปัจจุบันประดิษฐานอยู่ ณ วิหารทิศ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระยาโบราณราชธานินทร์ สมุหเทศาภิบาลมณฑลกรุงเก่าได้ดำเนิน การขุดสมบัติจากกรุภายในเจดีย์ พบพระพุทธรูป เครื่องทองคำมากมาย และในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้มีการบูรณะวัดนี้จนมีสภาพที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

พระราชวังโบราณ

พระราชวังโบราณ มีวัดพระศรีสรรเพชญ์อยู่ทางทิศใต้ ทิศเหนือจรดคลองเมือง (แม่น้ำลพบุรี) ซึ่งฝั่งตรงข้ามคลอง คือ วัดหน้าพระเมรุ ด้านหน้าของพระราชวังเป็นท้องสนามหน้าจักรวรรดิไพฑูริย์ หรือสนามหลวง ซึ่งใช้ในการชุมนุมขนาดใหญ่ทางการทหาร ด้านทิศตะวันออกมี วัดธรรมิกราช ปึงพระราม และมีโรงม้าหลวง เรียงรายตามถนนหน้าวัง ด้านทิศตะวันตกเป็นท้ายวัง มีคลองและแนวถนนดินกันเป็นลำดับขั้นก่อนที่จะมาถึงแนวกำแพงวัง 2 ชั้น แต่ละชั้นสูง 8 ศอก และมีทางเดินอยู่บนแนวกำแพง สำหรับทหารประจำยามพระราชวังโบราณแบ่งเขตพื้นที่เป็น 3 ส่วน คือ

เขตพระราชฐานชั้นนอก

พระที่นั่งจักรวรรดิไพฑูริย์ สร้างในสมัยพระเจ้าปราสาททอง เมื่อ พ.ศ. 2175 เป็นอาคาร 3 ชั้นคร่อมอยู่บนกำแพงพระราชวังด้านทิศตะวันออก ค่อนลงไปทางทิศใต้ ริมท้องสนามหลวง ใช้ประทับทอดพระเนตรการยกทัพพยุหยาตรา และการมหรสพ

เขตพระราชฐานชั้นกลาง

พระที่นั่งวิหารสมเด็จมหาปราสาท พระที่นั่งองค์นี้อยู่ทางทิศใต้ของพระที่นั่งสรรเพชญ์มหาปราสาท มียอดปราสาทห้ายอดหลังคามุงตึบ ยอดหุ้มตึบปิดทอง เป็นพระที่นั่งที่สร้างขึ้นแทนพระที่นั่งมังคลาภิเษกในสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง เนื่องจากเกิดฟ้าผ่าไฟไหม้ ใน พ.ศ. 2186 ที่พระที่นั่งเรือนหน้าและหลัง ตบอดจนห้องคลัง ต่อเนื่องกันถึง 110 เรือน พระเจ้าปราสาททองจึงโปรดเกล้าฯ ให้ก่อมหาปราสาทขึ้นใหม่ใช้เวลา 1 ปี พระที่นั่งองค์นี้ใช้ในการประกอบพระราชพิธีต่างๆ เช่น พระราชพิธีราชาภิเษก พระราชพิธีโสกันต์ เป็นต้น พระที่นั่งองค์นี้ได้รับการปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่อีกครั้ง โดยเปลี่ยนเครื่องบนทั้งหมดในสมัยพระเจ้าบรมโกศ โดยโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าฟ้าธรรมาธิเบศร์ ซึ่งเป็นกรมพระราชวังบวรฯ (วังหน้า) เป็นแม่งานควบคุมการบูรณะ ใช้เวลา 10 เดือน จึงแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2285 ตรงพระที่นั่งมังคลาภิเษก

พระที่นั่งสรรเพชญ์ปราสาท สร้างในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ เป็นพระที่นั่งองค์กลางของหมู่มหาปราสาท 3 องค์ วางตัวยาวตามแนวตะวันออก-ตะวันตก มีหลังคา 5 ชั้น ยอดหุ้มตึบปิดทอง พระมหากษัตริย์ทรงใช้พระที่นั่งองค์นี้ตามพระราชประสงค์ เช่น รับรองคณะทูตเคยใช้รับรองราชทูตโปรตุเกสในสมัยพระรามาธิบดีที่ 2 รับรองราชทูตกัมพูชาประเทศ ในสมัยพระเพทราชารับรองราชทูตจากกรุงศรีสัตนาคนหุต และราชทูตจากลังกาในสมัยพระบรมโกศ พระที่นั่งสรรเพชญ์มหาปราสาท ยังใช้ในพระราชพิธีปราบดาภิเษกในสมัยพระเพทราชา พระเจ้าเสือ พระเจ้าท้ายสระ พระราชพิธีราชาภิเษกของพระเจ้าเอกทัศ พระราชพิธีอุปราชาภิเษก และปราบดาภิเษกของพระเจ้าอู่ทองพร ใช้ในพระราชพิธีโสกันต์สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ สมัยพระเพทราชา พระที่นั่งองค์นี้ได้รับการบูรณะในสมัยพระเจ้าบรมโกศ โดยปรับปรุงเครื่องบนทั้งหมด แล้วปิดทองทั้งสิ้น

พระที่นั่งสุริยาสน์อมรินทร์มหาปราสาท เชื่อว่าสร้างสมัยสมเด็จพระนารายณ์ โดยสร้างทับพระที่นั่งองค์เดิม คือ พระที่นั่งเบญจรัตนมหาปราสาท ซึ่งสร้างในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ พระที่นั่งมีลักษณะเป็นจัตุรมุข ตัวอาคารทอดยาวไปทางทิศตะวันออก-ตะวันตก ส่วนด้านทิศเหนือ-ใต้ มีมุขสั้นๆ ยื่นออกมา อาคารก่ออิฐถือปูน สูง 25 วา ยอดเป็นพรหมพักตร์ เหนือขึ้นไปมีฉัตรปิดทอง 5 ชั้น เครื่องบนทั้งหมดปิดทอง ส่วนหลังคานั้นมุงด้วยกระเบื้องซึ่งทำจากตึบ ตรงกลางของพระที่นั่งตั้งพระบัลลังก์ พระที่นั่งองค์นี้เคยใช้ประดิษฐานพระบรมศพของพระนารายณ์ และยังเป็นพระนามที่

เรียกขานกันอีกชื่อหนึ่งของพระเจ้าเอกทัศ กษัตริย์องค์สุดท้ายของอยุธยา พระที่นั่งองค์นี้ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์เครื่องบนครั้งใหญ่ในสมัยพระเจ้าบรมโกศ และทำเครื่องบนใหม่อีกครั้งในสมัยพระเจ้าเอกทัศ ซึ่งพังทลายลงโดยปืนใหญ่ของกองทัพพม่าคราวศึกพระเจ้าอลองพญา

เขตพระราชฐานชั้นใน

พระที่นั่งบรรยงก์รัตนาศน์มหาปราสาท หรือ “พระที่นั่งท้ายสระ” สร้างในสมัยสมเด็จพระเพทราชา เมื่อ พ.ศ. 2230 อยู่บริเวณฝ่ายในด้านท้ายวัง ใช้เป็นที่ประทับของกษัตริย์หลายพระองค์ ได้แก่ พระเพทราชา พระเจ้าท้ายสระ พระเจ้าบรมโกศ เป็นพระที่นั่งที่ตั้งอยู่บนเกาะที่มีสระน้ำกว้าง 6 วา ล้อมรอบขอบสระ ด้านนอกมีกำแพงแก้วสูง 6 ศอก ล้อมรอบอาคารพระที่นั่งเป็นทรงจัตุรมุข เครื่องยอดเป็นมณฑป มีพรมพักตร์ หลังคามุงด้วยกระเบื้องดินบุก กลางสระด้านเหนือมีพระตำหนักที่ให้พระมาเทศน์มหาชาติคำหลวงทุกปี กลางสระด้านตะวันออกเป็นพระที่นั่งไม่มีหลังคาเป็นพระที่นั่งทรงดาว กลางสระด้านใต้เป็นพระที่นั่งโถง เพื่อประทับโปรยข้าวตอกเลี้ยงปลาในสระ ด้านตะวันตกมีอ่างแก้ว มีภูเขาจำลอง มีน้ำตก อาคารหลังนี้ได้รับการบูรณะครั้งใหญ่ในสมัยพระเจ้าบรมโกศ

พระที่นั่งตรีมุข ไม่ทราบว่าจะสร้างในสมัยใดและถูกทำลายลงเมื่อใด พบแต่ซากฐานในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ทรงให้สร้างพลับพลาตรีมุข เพื่อประกอบพระราชพิธีบวงสรวงบรรพทิศในวาระที่พระองค์ครองราชย์ครบ 40 ปี เมื่อ พ.ศ. 2451 ซึ่งเป็นเวลายาวนานเท่ากับพระบรมไตรโลกนาถ แห่งอยุธยา นอกเหนือจากพระที่นั่งสำคัญที่สุด 3 องค์ และที่รองลงมาอีก 4 องค์แล้ว ในบริเวณพระราชวังยังมีปราสาทต่างๆ อีกมากมาย ตามคำให้การชาวกรุงเก่าและคำให้การขุนหลวงหาวัด ยังมีอาคารที่อยู่อาศัยของพระบรมวงศานุวงศ์อีกมาก รวมไปถึงหน่วยงานต่างๆ และอาคารหลากหลายชนิด เช่น หอพระราชสาสน์ ศาลาลูกขุน หอไตร โรงช้าง โรงม้า โรงรถ โรงปืนใหญ่ อาคารต่างๆ นั้นได้ประดับประดาไปด้วยลวดลายปิดทอง ล่องกระฉก ล่องชาด มีประติมากรรมรูปสัตว์ต่างๆ ทั้งในจินตนาการ และในธรรมชาติ ตลอดจนไปถึงการจัดต้นไม้พันธุ์ประดับประดาสลับกับสวน และสระน้ำใหญ่น้อย หลังสงครามเสียกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 2310 พระราชวังโบราณนี้ก็ถูกทิ้งร้าง ซึ่งในสมัยต่อมาได้มีการขนย้ายซากอิฐจากอยุธยาลงมาเป็นวัสดุพื้นฐานในการสร้างกรุงเทพมหานครหรืออยุธยา ให้มีชีวิตขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง (กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์)

พระที่นั่งทรงปืน อยู่ท้ายวังด้านทิศตะวันตก ต่อจากพระที่นั่งบรรยงก์รัตนาศน์ พระที่นั่งองค์นี้ไม่ทราบแน่ชัดว่าสร้างสมัยใด ใช้เป็นท้องพระโรงสำหรับเสด็จออกว่าราชการแผ่นดินในสมัยที่กษัตริย์ราชวงศ์บ้านพลูหลวง นิยมประทับที่พระที่นั่งบรรยงก์รัตนาศน์ เมื่อคราวที่พระเจ้าบรม

โกศประชนวนนักก็ทรงมอบราชสมบัติแก่กรมพระราชวังบวรฯ (กรมขุนพรพินิต) แล้วเสด็จสวรรคตบน พระที่นั่งองค์นี้ พระเจ้าตากก็เคยเสด็จมาประทับ ณ พระที่นั่งองค์นี้หลังจากได้รับชัยชนะในการรบ กับก๊กสุกี้พระนายกอง ที่ค่ายโพธิ์สามต้น และน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พระองค์ทรงตัดสินใจพระทัย เลือกลงเมืองธนบุรีให้เป็นศูนย์กลางทางการเมืองใหม่แทนอยุธยา ทั้งนี้เพราะได้สุบินว่าบุรพกษัตริย์ อยุธยาได้มีพระราชประสงค์ให้พระองค์ประทับอยู่ที่นี้

วัดพระราม

วัดพระรามเป็นวัดที่ใหญ่โตกว้างขวาง มีพระปรางค์ขนาดใหญ่เห็นเด่นชัดแต่ไกล องค์ ปรางค์ก่อด้วยอิฐสอปูน เป็นสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาตอนต้นที่นิยมทำเป็นพระปรางค์ เพราะได้รับ อิทธิพลแบบเขมรโบราณจากเมืองละโว้ (ลพบุรี) ด้านหน้าวัดเป็นบึงน้ำขนาดใหญ่ มีชื่อว่า บึงพระราม เดิมชื่อ บึงชีขันหรือหนองโสน เป็นหนองน้ำที่มีมาก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา ในตำนานกล่าวว่า สมเด็จพระเจ้าอยู่ทองทรงอพยพผู้คนหนีภัยโรคระบาดมาอยู่ที่ริมบึง แห่งนี้

วัดพระรามสร้างขึ้นในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดี ในบริเวณที่เคยเป็นที่ถวายนพระเพลิงพระ บรมศพของพระเจ้าอยู่ทอง พระราชบิดา เมื่อปี พ.ศ. 1912 นับว่าเป็นวัดสำคัญเพราะได้รับการ บูรณปฏิสังขรณ์หลายครั้ง ครั้งสำคัญคือในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ และสมัยสมเด็จพระเจ้า บรมโกศ บริเวณองค์ปรางค์ประธานที่ยังคงเหลือร่องรอยการประดับตกแต่งให้ชมอยู่บ้าง พระปรางค์ มีลักษณะเป็นแบบฝักข้าวโพด มีปรางค์บริวาร 3 องค์เรียงติดกันตั้งอยู่บนฐานสี่เหลี่ยม มีการวางผังอยู่ ในแนวตะวันออก-ตก ตกแต่งด้วยลายปูนปั้นรูปสัตว์วิหิมพาน โครงสร้างภายในก่ออิฐถือปูนมีจิตรกรรม ฝาผนังทั้งสองด้าน เป็นภาพพระพุทธเจ้าประทับนั่งปางมารวิชัยบนบัลลังก์ สีที่ใช้เป็นสีแดง คราม เหลืองและดำ เป็นภาพจิตรกรรมยุคอยุธยาตอนต้น แต่ปัจจุบันลบเลือนไปมาก และ พ.ศ. 2501 กรม ศิลปากรได้ขุดกรุที่วัดพระราม เพื่อทำการบูรณะ พบของมีค่ามากมาย เช่น พระพุทธรูปทองคำ พระ พิมพิชินแบบอุทอง ลูกประคำทองคำ และลูกประคำแก้วพลีอีกหลายรายการ

วัดราชบูรณะ

วัดนี้เชื่อกันว่าสร้างขึ้นในสมัยเจ้าสามพระยา ตรงตำแหน่งที่ได้ทรงจัดการถวายพระ เพลิงศพให้กับพระเชษฐาทั้งสองพระองค์ คือ เจ้าอ้ายกับเจ้ายี่ ซึ่งสิ้นพระชนม์พร้อมกันในการทรงช้าง กระทำยุทธหัตถีเพื่อช่วงชิงราชบัลลังก์ เมื่อพระราชบิดา (พระนครินทร์) เสด็จสวรรคตใน ปี พ.ศ. 1967 องค์ปรางค์ของวัดซึ่งอยู่ในสภาพค่อนข้างดี ในปี พ.ศ. 2499 ขณะที่กรมศิลปากร ดำเนินการขุดแต่งภายในวัดมหาธาตุคุนวายได้ลักลอบขุดกรุในองค์ปรางค์ประธานวัดราชบูรณะได้ ของมีค่าจำนวนมาก กรมศิลปากรจึงดำเนินการขุดกรุในองค์ปรางค์ประธานอีกครั้งพบเครื่อง ราชูปโภคซึ่งทำด้วยทองคำ พระพิมพ์แบบต่างๆ และของมีค่าอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก

กรุแรกซึ่งอยู่ในระดับบนนั้น เป็นห้องสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดประมาณ 3 เมตร บนฝาผนังมีภาพเขียนสีค่อนข้างเลือนราง แต่ยังพอจับเค้าได้ว่าเป็นชายชาวจีน 3 คน และมีอักษรภาษาจีนปรากฏ

ส่วนกรุชั้นล่างนั้น เป็นห้องสี่เหลี่ยมขนาดเล็กพอดีตัวคน เพดานห้องเป็นทรงโค้งครึ่งวงกลม ภาพจิตรกรรมฝาผนังเลือนราง เห็นเป็นพระพุทธรูปเจ้าหลายองค์ พระพุทธรูปสาวก ต้นไม้และนก บางส่วนของภาพปิดทองด้วยในกรุทั้งสองนี้บรรจุเครื่องทองจำนวนมากเอาไว้ มีทั้งที่เป็นพระแสงขรรค์ชัยศรีพร้อมปลอกทำจากทองประดับอัญมณีหลากชนิด ดำเป็นแก้วผลึกหุ้มทองประดับอัญมณีเช่นกัน พระแสงนี้มีความยาวถึง 115 เซนติเมตร มีเครื่องทองราชูปโภคต่างๆที่เป็นขนาดเล็กย่อส่วน ทำเป็นรูปเครื่องเบญจราชกกุธภัณฑ์ มีรูปเทวดายืนถือพระขรรค์ ซึ่งเปลี่ยนพระขรรค์ได้ ถาดล้อมหมวก ตัวแมลงทับ ผอบธรรมดา และผอบทำเป็นรูปตัวหงส์ มีฝาปิดเปิดได้ และที่เด่นมากที่สุดชิ้นหนึ่งก็คือ ข้างหมอบ โดยวงซุ้มดอกไม้นี้ทำด้วยทองคำ มีเครื่องประดับร่างกายทั้งทับทรวง กรองพระศอ สังวาล พานูรัต และทองพระกร และที่น่าดูยิ่งก็คือ เครื่องทองประกอบอัญมณีประดับศีรษะชาย ส่วนของสตรีนั้นถักด้วยเส้นลวดทองขนาดเล็กบาง เป็นเครื่องคลุมเส้นผม มีแบบจำลองพระปรางค์ซึ่งถอดประกอบได้ มีพระสถูปทองคำ มีจารึกบนแผ่นทอง และแผ่นทองดุนนูนรูปบุคคลและสัตว์มงคลนานาชนิด นอกจากนั้นแล้ว พระพิมพ์ส่วนหนึ่งนั้น กรมศิลปากรได้เปิดให้ประชาชนเข้าไปดูเพื่อหาเงินส่วนหนึ่งมาสร้างพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เจ้าสามพระยา และนำสิ่งของที่ได้จากกรุมาเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ ปัจจุบันกรมศิลปากรได้ขุดแต่งทำบันไดให้ประชาชนสามารถลงไปชมภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยอยุธยาตอนต้นภายในกรุได้ด้วย

วัดราชบูรณะตั้งอยู่คู่กับวัดมหาธาตุ วัดทั้งสองอยู่ทางทิศตะวันออก ห่างจากพระราชวังโบราณไม่มากนัก อีกทั้งรูปแบบแผนผังของวัดทั้งสองก็คล้ายคลึงกันมาก คือ มีองค์ปรางค์เป็นประธานอยู่ตรงกลาง มีกำแพงแก้วล้อมรอบ องค์ปรางค์เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีฐานด้านละ 48 เมตร พระอุโบสถ และพระวิหาร วางตัวตามแนวตะวันตก-ตะวันออกเช่นเดียวกัน แม้ขนาดก็เท่ากันเหมือนอย่างพิมพ์เดียว

วัดมหาธาตุ

วัดมหาธาตุ เป็นหนึ่งในวัดที่จัดอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นศูนย์กลางทางศาสนาที่สำคัญที่สุดในกรุงศรีอยุธยา เพราะนอกจากเป็นที่ประดิษฐานพระบรมธาตุกลางเมืองแล้ว ยังเป็นที่พำนักของ สมเด็จพระสังฆราช ฝ่ายคามวาสีอีกด้วย วัดแห่งนี้จึงได้รับการก่อสร้าง และ ดูแลตลอดมาจนสืบเนื่องมาว่าวัดนี้ได้ริเริ่มสร้างองค์พระมหาธาตุขึ้นในแผ่นดินสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 (ขุนหลวงพระงั่ว) แต่อาจจะยังไม่สำเร็จในรัชกาลของพระองค์ จนถึงรัชกาลของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 จึงทรงสร้างเพิ่มเติมจนเสร็จบริบูรณ์เป็นพระอาราม แล้วขนานนามว่า"วัด

มหาธาตุ” ในสมัยสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. 2153-2171) พระปรางค์เคยพังลงมาเกือบครึ่งองค์ ถึงขั้นครุฑ ต่อมาสมเด็จพระเจ้าปราสาททองทรงบูรณะใหม่ โดยเสริมพระมหาธาตุให้สูงยิ่งขึ้น รวมเป็นความสูง 25 วา ดังปรากฏในพงศาวดารฉบับ พระราชหัตถเลขาว่า “ศักราช 995 (พ.ศ. 2176) ปีระกา เบญจศก ทรงพระกรุณาให้สถาปนาพระปรางค์วัดพระมหาธาตุอันทำลายลง เก่าเดิมในองค์สูง 19 วา ยอดนภศูลสูง 3 วา จึงดำรัสว่า ทรงเก๋าล้านัก ให้ก่อใหม่ให้องค์สูงเส้น 2 วา ยอดนภศูลคงไว้ เข้ากันเป็นเส้น 5 วา (50 เมตร) ก่อแล้วเห็นเพรียวยอยู่ ให้เอาไผ่มาแทรก ตามอิฐเอาปูนบวกละ 9 เดือนสำเร็จให้กระทำการฉลองเป็นอันมาก” หลังจากรัชกาลสมเด็จพระเจ้าปราสาททองแล้ว ก็ไม่ปรากฏเรื่องราวของวัดมหาธาตุอีกเลย ครั้นเมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่ข้าศึกครั้งหลังใน พ.ศ. 2310 ในคราวนั้นวัดมหาธาตุถูกไฟไหม้เสียหายมาก พระอุโบสถและวิหาร ตลอดจนกุฏิสงฆ์ถูกเผาผลาญยับเยิน คงเหลือแต่ซากผนัง และตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา วัดมหาธาตุก็ได้กลายเป็นวัดร้าง จนกระทั่งพระยาไชยวิชิต (เผือก) ผู้รักษากรุงศรีอยุธยา ในรัชกาลที่ 3 ทำการซ่อมวัดหน้าพระเมรุที่ริมคลองสระบัวขึ้นใหม่หมดทั้งวัด จึงได้เชิญพระพุทธรูปองค์นี้ห่อหุ้มพระบาทไปประดิษฐานไว้ในวิหารน้อย ซึ่งอยู่ในวัดหน้าพระเมรุจนบัดนี้ ปัจจุบันกรมศิลปากรได้พยายามบูรณะไว้ตามสภาพ

เพนียดคล้องช้าง

เพนียดคล้องช้าง คือสถานที่สำหรับการจับช้างหน้าพระที่นั่ง แต่เดิมเคยใช้พื้นที่ช้างพระราชวังจันทน์เกษม จนถึงสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิจึงย้ายมาที่ที่ตั้งอยู่ในปัจจุบัน ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ช้าง เป็นสัตว์ที่มีความสำคัญสูงมาก เป็นพาหนะของชนชั้นสูงสำหรับพระราชดำเนินทางบก และเป็นเหมือนรถถังหรือ เครื่องมือสำคัญในการนำทัพเข้าสู่ศึก ยิ่งถ้าเป็นช้างเผือก สิ่งมงคลคู่บารมีของพระมหากษัตริย์ด้วยแล้ว พระองค์ก็จะโปรดเกล้าฯให้นำมาเลี้ยง และประดับยศศักดิ์ให้ด้วย พระมหากษัตริย์ในสมัยกรุงศรีอยุธยา น่าจะเสด็จมาทอดพระเนตรการคล้องช้างด้วยเสมอ เพราะนอกจากจะเป็นขั้นตอนในการคัดเลือกช้างแล้ว ยังเป็นมหรสพชนิดหนึ่งอีกด้วย

เพนียด หมายถึง กรงหรือคอกที่ทำไว้สำหรับดักจับสัตว์ ถ้าเป็นเพนียดจับนก ก็ทำเป็นกรงด้วยไม้ซี่เล็ก แต่ถ้าเป็นสัตว์ใหญ่โดยเฉพาะช้าง ต้องทำคอกด้วยซุงทั้งต้น นำมาตอกฝังลงในดิน เหลือไว้สูงกว่าตัวช้างเล็กน้อย การจับช้าง คนไทยเราเรียกกันว่า คล้อง เพราะใช้เชือกเป็นอุปกรณ์สำคัญในการคล้องจับช้างที่แห่ด่อนเข้ามาในคอก

เพนียดคล้องช้างสร้างขึ้นสำหรับจับช้างป่ามาใช้งาน ในอดีต ช้างเป็นพาหนะสำคัญที่สุด ใช้งานได้ในยามปกติและยามมีศึกสงคราม เนื่องจากช้างมีความแข็งแรงทนทาน มีกำลังมาก และสามารถเดินทางบุกป่าฝ่าดงไปได้เกือบทุกแห่ง ช้างจึงเป็นทรัพยากรที่มีค่ามาก และยังเป็นสินค้า

ส่งออกหรือนำไปแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าอื่นได้อีกด้วย ช้างถือเป็นของคู่บารมีของพระมหากษัตริย์ โดยเฉพาะช้างเผือกซึ่งหายาก เชื่อกันว่าพระเจ้าแผ่นดินใดมีบุญญาธิการมากจึงจะได้ช้างเผือก เดิมเพนียดตั้งอยู่ที่วัดของ ด้านทิศเหนือของพระราชวังจันทรถม ถึงแผ่นดินสมเด็จพระมหาธรรมราชา พ.ศ. 2123 โปรดให้ขยายกำแพงพระราชวังด้านทิศตะวันออกไปที่ริมฝั่งแม่น้ำจะงันจึงทรงโปรดให้ย้ายเพนียดไปที่ตำบลทะเลหญ้า หรือตำบลสวนพริกที่อยู่ปัจจุบันนี้ ตัวเพนียดที่เหลืออยู่ในปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โปรดให้ซ่อมขึ้นอีกครั้งหนึ่ง และต่อมา พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงโปรดให้ซ่อมขึ้นอีกถึง 2 คราว เพนียดคล้องช้าง เป็นคอกขนาดใหญ่สองชั้น ชั้นนอกก่ออิฐเป็นเชิงเทินสูง ระหว่างผนังนั้นมีพลักเป็นขอบ เชิงเทินทั้ง 4 ด้านไม่ติดกัน จะเว้นประตูของทางด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก บนเชิงเทินด้านทิศตะวันตกจะเป็นลานกว้างกว่าด้านอื่น ส่วนด้านทิศเหนือและทิศใต้จะมีบันไดขึ้นเชิงเทินด้านละ 2 บันได ชั้นในฝังเสาไม้เรียงเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีช่องให้ช้างเดินผ่านได้ที่ละตัว รวมเสา 226 ต้น ตรงกลางเป็นเพนียดมี หอประดิษฐานพระพิฆเนศ เทพเจ้าแห่งช้าง ด้านนอกจะมีเสาปักเรียงกันโดยจะปักเสาให้สอจาก กว้างสุดมาแคบสุดตรงทางเข้าเพนียดเรียกว่า ปีกกา บริเวณนี้ใช้เป็นที่พักช้างป่า ก่อนจะด้อนเข้าสู่ เพนียด ประตูช่องกุด เป็นช่องที่เจาะทะลุเชิงเทินสำหรับพรมช้างเดินลอดเชิงเทินไปในเพนียด เดิมจะมีประตูช่องกุดทางด้านทิศเหนือและทิศใต้ด้านละ 2 ช่อง แต่เมื่อรัฐบาลซ่อมเพนียดครั้งหลังเมื่อ พ.ศ. 2500 ได้อุดช่องกุด 2 ช่อง ด้านทิศเหนือเสีย ปัจจุบันจึงยังคงเหลือด้านทิศใต้เพียง 2 ช่อง

การคล้องช้างตามตำราคชศาสตร์ จะกระทำได้โดยพระบรมราชโองการของ พระมหากษัตริย์เท่านั้น โดยมีกรมคชบาลและพราหมณ์พฤติบาทเป็นผู้สนองพระบรมราชโองการ เริ่มจากการด้อนโขลงช้างป่ามาพักไว้ที่ปีกกา วันต่อมาจึงด้อนเข้าเพนียดครั้งละ 40-50 เชือก เพื่อ คัดเลือกช้างที่ต้องลักษณะ ส่วนที่เหลือก็จะปล่อยเข้าป่าไป ผู้ที่ทำหน้าที่คล้องช้าง คือ “หมอล้าง” นั่ง บนหลังช้างที่ฝึกมาดีแล้วเรียก “ช้างคล้อง” มือถือไม้คั่นจามยาวประมาณ 5 เมตร ตรงปลายมี “บ่วงบาต” ขนาดกว้างกว่าเท้าช้างเล็กน้อย คล้องไปที่ขาหลังของช้างป่าที่ต้องการ ซึ่งการคล้องช้าง ต้องใช้ทั้งสมาธิ ประสบการณ์และพละกำลัง เนื่องจากช้างป่าจะตกใจตื่นและวิ่งเตลิดไปรอบเพนียด ตลอดเวลา ต่อจากนั้นก็ใช้เชือกปะกำซึ่งทำจากหนังควายคล้องคอช้างป่าตัวนั้นไว้ ก่อนที่จะ นำออกไปฝึกให้เป็นงานต่อไป ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็น รัชกาลสุดท้ายที่พระราชธาภิเษกแห่งประเทศไทยโปรดให้มีการจับช้างป่า ปรากฏว่าได้จัดพิธีการคล้อง ช้างป่า ณ ที่แห่งนี้ให้พระเจ้าซาร์นิโคลาสที่ 2 ซึ่งในขณะนั้นเป็นมกุฎราชกุมารทอดพระเนตร และอีก ครั้งหนึ่งให้กับแกรนด์ดยุกบอริสลาดีมิโรวิช แห่งรัสเซียทอดพระเนตร ต่อมาเมื่อวันที่ 15 มกราคม

พ.ศ. 2505 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ได้จัดพิธีการคล้องช้างป่าถวายแก่ พระราชาธิบดีแห่งเดนมาร์ก

6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วนิดา เลิศพัฒนานนท์ (2561) รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ของคนไทย Gen Y การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรม R โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้มีการใช้สถิติเชิงอนุมานในส่วนของการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ด้วยสถิติทดสอบ Chi-squared, t-test และ F-test ซึ่งจะมีการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มคนไทย Gen Y โดยส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการจัดการวางแผนการเดินทาง ด้วยตนเอง ชอบการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-3 ครั้ง โดยผู้ร่วม เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นคนในครอบครัว จำนวน 1 - 3 คน นิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยใช้ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งแบบ 3 วัน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางในแต่ละครั้งประมาณคนละ 1,000 - 3,000 บาท และเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมาก ที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในด้านการจองที่พักจะทำการจองผ่านเว็บไซต์บริการต่าง ๆ เช่น Agoda, Expedia เป็นต้น แต่ถ้าไม่ได้ใช้รถยนต์ส่วนตัวก็จะมี การจองตัวโดยสารผ่านบริษัทหรือสายการบินโดยตรง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อสังคมออนไลน์กิจกรรมที่กลุ่มคนไทย Gen Y ชอบทำในขณะที่ท่องเที่ยว ได้แก่ การถ่ายภาพ เดินเล่น ชิมหรือลิ้มลองอาหาร ตามลำดับ สำหรับ การทดสอบสมมติฐานที่ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน นั้น พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันในประเด็นต่าง ๆ มากกว่า ลักษณะ ทางประชากรศาสตร์อื่น ๆ ปัจจัยผลักดันที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y ในระดับ มากที่สุดคือ ความต้องการทางร่างกายและจิตใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ มีความต้องการพักผ่อนคลายเครียด และในระดับมากคือ ด้านความต้องการเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ สังคมใหม่ ๆ ส่วนปัจจัยดึงดูดที่ ก่อให้เกิดแรงจูงใจในระดับมาก คือ ด้านความน่าสนใจของลักษณะจุดหมายปลายทาง ด้านการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสื่อมวลชน และด้านการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ สำหรับการทดสอบ สมมติฐานที่ว่าลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์ที่ต่างกันทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นั้น พบว่า อาชีพที่ต่างกันไม่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

มานิช พรหมปัญญา (2558) การศึกษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจ และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่วัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ศึกษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการศึกษาคือการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .974 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวที่วัดทั้ง 4 วัด คือ วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุราชิการาม และวัดท่าการ้อง โดยรวม อยู่ในระดับยั่งยืนมาก แรงจูงใจและทัศนคติในการท่องเที่ยววัด ในอำเภอพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับดี ตามลำดับ พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา (1) ด้านค่าใช้จ่ายในการทำบุญโดยเฉลี่ยประมาณ 1,090 บาท (2) ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อของโดยเฉลี่ยประมาณ 1,016 บาท (3) ด้านเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 6 ชั่วโมง (4) ด้านจำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวแสวงบุญในรอบ 1 ปี โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง (5) ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว และไม่พักค้างคืน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการทำบุญ และซื้อของแตกต่างกัน ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยววัด ด้านสิ่งแวดล้อม/ด้านกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ ทัศนคติ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยววัดทั้ง 4 วัด

ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ (2558) การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน

เรเช้นว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการแจกแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 600 คน แบ่งเป็น เจเนอเรชั่นละ 200 คน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และการใช้สถิติเชิงอ้างอิงโดยใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลสรุปจากการศึกษาเบื้องต้นในเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจเนอเรชั่นพบว่า เจเนอเรชั่นวายมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าออนไลน์จากการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากที่สุด โดยเจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีความถี่ในการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากที่สุด คือทุกวัน ทุกวัน หรือ 1-3 ครั้งต่ออาทิตย์ ส่วนในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์เจเนอเรชั่นวายและเจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีความถี่สูงสุดเท่ากันคือ 3 ครั้ง ในรอบ 6 เดือน ส่วนในเรื่องช่องทางการซื้อสินค้าของทั้ง 3 เจเนอเรชั่นมีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มคนในเจเนอเรชั่นวายนิยมซื้อผ่านช่องทาง Instragram มากที่สุด ส่วนกลุ่มคนในเจเนอเรชั่นเอ็กซ์นิยมซื้อผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด และกลุ่มคนในเจเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์นิยมซื้อผ่านเว็บไซต์ของร้านค้ามากที่สุด ผลการวิจัยทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในแต่ละเจเนอเรชั่นที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า แต่ละเจเนอเรชั่นมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทั้ง 3 เจเนอเรชั่นมีเหมือนกัน คือ แรงจูงใจด้านบันเทิง (HM) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) โดย ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 ในทุกเจเนอเรชั่น โดยเจเนอเรชั่นวายและเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเคยชิน (HB) มากที่สุดเป็นอันดับแรก ในขณะที่เจเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์นั้นให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านบันเทิง (HM) มากที่สุด

ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2559) ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของคณวิยทางานในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของคณวิยทางานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี รายได้ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ปริมาณของคณวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของคณวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

พลอยระพี ชลวณิช (2555) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้รถเช่าเป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 2 วัน มีช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวช่วงคืนวันเสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ชอบท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นแรงจูงใจทางสถานภาพอยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน พบว่า แรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพและแรงจูงใจระหว่างบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่มีรายได้แตกต่างกัน พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณี ศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่ มีอายุ 26-30 ปี มี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากซึ่งประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยมคือ วัดภูมินทร์ ช่วงฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน มากกว่า เดินทางมาเช้า-เย็นกลับสถานที่เลือกพัก

คือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทางทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าทอมือ

ลลิตา สุขมาก (2554) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20 – 25 ปี ร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.25 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 65.50 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.75 ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ร้อยละ 62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง 1 – 3 วัน ร้อยละ 94.50 เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 54.50 เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร ร้อยละ 65.25 เลือกพักบังกะโล / รีสอร์ท ร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น ร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พักผ่อน ร้อยละ 62.25 ไม่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวบนเกาะเสม็ด ร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 42.25 แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ เพื่อน/ญาติ ร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ร้อยละ 93.75 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน อันดับทีหนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

อนุชิต พึ่งปัญญาดี (2553) ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า 1.นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท 2. นักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านธุรกิจ หรืองานที่ทำ ด้านทางกายภาพ และสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคล ด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน ด้านศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง 3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับเห็นด้วย 4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 4.1) เพศและระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว 4.2) อายุ สถานภาพทางการสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.3) อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4.4) ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านธุรกิจหรืองานที่ทำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวด้านศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว 4.5) ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการตลาดท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2552) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร วัดอุปสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร โดยสุ่มอย่างง่าย 8 เขต กำหนดตามสัดส่วนของประชากรแต่ละเขตโดยเจาะจงช่วงอายุ 25-45 ปี ผลการวิจัยสรุปว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย/เดือน 10,001-15,000 บาท สถานภาพโสด พฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรายภาค พบว่า ท่องเที่ยวภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาภาคใต้ ภาคกลาง ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก ท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว วัดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อพักผ่อน เดินทางในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง โดยรถยนต์ส่วนบุคคล พักตามโรงแรม/รีสอร์ท ท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ได้รับอิทธิพลจากเพื่อน และรับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุดทางทะเล ภูเขา น้ำตก ตามลำดับ แรงจูงใจการท่องเที่ยว ภายในประเทศพบว่า จูงใจการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศและสถานที่เด่น มากที่สุด ส่วนท่องเที่ยวทัศนียภาพ พืชพันธุ์ สัตว์ โดยใกล้เคียงกับท่องเที่ยววันนันทนาการจูงใจในระดับมาก ด้านการเข้าถึงพบว่า จูงใจ ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงง่าย ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล พบว่า จูงใจในด้านอารมณ์ ความรู้สึกมากที่สุด ด้านการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่พักและสถานที่เที่ยวมากที่สุดรองลงมาด้านบริการการเดินทาง ร้านอาหาร สาธารณูปโภค บริการ การแพทย์ ศูนย์สอบถามข้อมูล และบริษัทนำเที่ยวตามลำดับ

สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้งานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา สามารถอธิบายได้ตามหัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนเนอเรชั่น

จากการที่ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนเนอเรชั่น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ (ศิริวรัตน์ ณ ปทุม, 2552) เพื่อความสะดวกในการจัดกลุ่มของประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้นำเอากลุ่มย่อย ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2468-2488 เข้ามาใช้งานวิจัยครั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีอายุมากซึ่งอาจให้ข้อมูลได้ไม่สะดวก ดังนั้นจึงเลือกศึกษา 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเรียกว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ เพื่อให้สอดคล้องกับ 2 กลุ่มที่เหลือ คือ กลุ่มเอ็กซ์ เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2520 และ

กลุ่มวัย เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2521-2538 การที่เลือกใช้นวนคิดและทฤษฎีดังกล่าวเพราะว่ามีเกณฑ์การแบ่งช่วงอายุตาม พ.ศ. อย่างชัดเจน และเกณฑ์ที่ใช้แบ่งกลุ่มนวมเมอร์นั้น ตรงกับที่สำนักงานสถิติประชากรของสหรัฐอเมริกา (United States Bureau of Census) ได้มีการบันทึกช่วงเวลาเกิดของกลุ่มนวมเมอร์ไว้ว่าอยู่ใน ระหว่างปี ค.ศ. 1946-1964 (Rosenberg, 2009) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ที่ใช้เกณฑ์ของกลุ่มนวมเมอร์ ดังกล่าวนี้อยู่ในหนังสือ บทความ และงานวิจัย เพื่อรองรับงานวิจัยในครั้งนี้

2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัย ซึ่งเลือกแนวคิดของ (Foster, 1985) เพื่อความสะดวกในการจัดกลุ่มของนักท่องเที่ยวในงานวิจัยครั้งนี้ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้นำด้านการท่องเที่ยวเพื่อกีฬาและความบันเทิง เข้ามาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เนื่องจากสถานที่ภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ไม่เหมาะสมแก่การจัดกิจกรรมนันทนาการ โดยผู้วิจัยได้เลือกศึกษาจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวทั้งหมด 8 ด้าน ด้านประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา ซึ่งตรงกับแนวคิดของ (อุษณีย์ ศรีภูมิ, 2544) ได้การจำแนกจุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Foster, 1985) ทั้งนี้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพราะมีโบราณสถาน สถานที่สำคัญทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของชาติไทย เหมาะแก่การศึกษาค้นคว้าหาความรู้ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจึงมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยจึงนำตัวแปรทั้ง 8 ด้าน มาวิเคราะห์จุดมุ่งทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกับแรงจูงใจ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำทฤษฎี 5A ของ (Tourism Western Australia 2008) ประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ในการศึกษาแรงจูงใจแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยเล็งเห็นความเหมาะสมของตัวแปรที่นำมาใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยไม่นำปัจจัยด้านที่

พัก มาใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้เพราะเปรียบเทียบจากทางสถิติของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากสถิติปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,633,609 คน มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวน 1,582,905 คน โดยอ้างอิงจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว (2560) จึงทำให้ผู้วิจัยไม่นำปัจจัยด้านที่พักเข้ามาใช้ประกอบในการวิเคราะห์เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ (Armstrong, 2009) ได้วิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ตามแนวคิด 6Ws และ 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด และผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) เนื่องจากคำตอบที่ได้จะสามารถช่วยนักการตลาดในการจัดการกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามเพื่อใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการทำกรอบแนวความคิดและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 1.การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 4,127,796 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 1,237,790 คน (จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2559: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยกำหนด	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนประชากรที่ใช้ในงานวิจัย
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5%

การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% คือ ยอมรับให้คลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้น

$$n = \frac{5,365,559}{1+5,365,559 (0.05)^2}$$

$$= 400 \text{ คน}$$

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาในระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่ง ยอมรับให้คลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ 0.05 โดยมีจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเป็นชาวนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วิหารมงคลบพิตร และวัดพระศรีสรรเพชญ์ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความสะดวกในการเดินทาง และมีผลงานด้านสถาปัตยกรรมที่งดงามซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557)

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน คือ สถานที่ละ 200 ชุด ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 400 คน ดังนี้

1.วิหารมงคลบพิตร 200 ชุด

2.วัดพระศรีสรรเพชญ์ 200 ชุด

ขั้นที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนตัวอย่าง 400 ชุด

2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งทำการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมาจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลในการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เจนเนอเรชั่น หรือ ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (Close Ended Question) ดังนี้

เจนเนอเรชั่น ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ซึ่งใช้ข้อมูลของ ศิวารัตน์ ณ ปทุม (2552) เนื่องจากมีเกณฑ์การแบ่งช่วงอายุตาม พ.ศ. อย่างชัดเจนซึ่งสามารถจำแนกตามเจนเนอเรชั่น ได้ ดังนี้

- 1) กลุ่มวาย อายุ 23 – 40 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2521 – 2538)
- 2) กลุ่มเอ็กซ์ อายุ 41 – 53 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2508 – 2520)
- 3) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ อายุ 54 – 72 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2489 – 2507)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Close Ended Question) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) ดังนี้

1) ชาย

2) หญิง

ข้อ 2 สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1) โสด

2) สมรส/อยู่ด้วยกัน

3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ข้อ 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

1) นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต

2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3) พนักงานบริษัทเอกชน

4) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / ค้าขาย

5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยเริ่มระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ของผู้บริโภค โดย อัญรินทร์ ปิติภัสสรพวงส์ (2558) โดยมีลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ดังนี้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน
- 2) 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน
- 3) 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน
- 4) 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน
- 5) 40,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 8 ด้านดังนี้

- 1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
- 2) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาวัฒนธรรม
- 3) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- 4) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
- 5) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก
- 6) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร
- 7) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
- 8) การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Method) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลเป็นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนและระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
ความสำคัญมากที่สุด	5
ความสำคัญมาก	4
ความสำคัญปานกลาง	3
ความสำคัญน้อย	2
ความสำคัญน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์ประเมินจากสูตรต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) โดยใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ
- 2) ด้านกิจกรรม
- 3) ด้านการเข้าถึง
- 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Method) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลเป็นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนและระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ระดับแรงจูงใจ	ระดับคะแนน
แรงจูงใจมากที่สุด	5
แรงจูงใจมาก	4
แรงจูงใจปานกลาง	3
แรงจูงใจน้อย	2
แรงจูงใจน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์ประเมินจากสูตรต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2549: 129) โดยใช้การวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval Scale)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันดับ} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 6 ข้อ ดังนี้

ข้อ 1-4 ลักษณะคำถามแบบปลายปิดหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 1 บุคคลใดมีความสำคัญในการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว เขต
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุด

ข้อ 2 ท่านรับทราบข่าวสารและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เขต
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากสื่อใดมากที่สุด

ข้อ 3 โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาใด

ข้อ 4 โดยส่วนใหญ่ ท่านท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาอย่างไร

ข้อ 5-7 ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับ
การวัดข้อมูลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อ 5 โดยส่วนใหญ่ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาจำนวน.....คน (รวมท่านด้วย)

ข้อ 6 ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
รวมครั้งนี้ด้วยจำนวน.....ครั้ง

ข้อ 7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ย.....บาท

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการศึกษาและดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. นำข้อมูลจาก แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปรึกษาผู้มีประสบการณ์ในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
4. สร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัย
5. นำแบบสอบถาม พร้อมแนบแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่จะทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถาม และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องของภาษา
6. ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษา
7. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อประเมินเครื่องมือในการวิจัยมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้หรือไม่โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α : coefficient) โดยใช้สูตรของครอนบัค (Cronbach) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2538: 125-126) กล่าวว่า ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง ซึ่ง Nunnally (1978: 245-246) ได้เสนอแนะไว้ คือ มีค่าเท่ากับ 0.7 ขึ้นไปสำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาแยกเป็นแต่ละด้าน มีดังนี้

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	เท่ากับ 0.863
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	เท่ากับ 0.748
ด้านกิจกรรม	เท่ากับ 0.811
ด้านการเข้าถึง	เท่ากับ 0.781
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	เท่ากับ 0.759

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัย ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล ดังนี้

1.ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษา แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการรวบรวมวิเคราะห์ สังเคราะห์ การจัดการ การสื่อความหมาย และศึกษาประสิทธิภาพ ประสิทธิผล พฤติกรรมกระบวนการรับรู้ และระดับความรู้ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวม เอกสาร วารสาร จุลสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากทั้งในประเทศ รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน ได้แก่

- 1) หนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสารต่าง ๆ
- 2) หนังสือทางวิชาการ บทความ และรายงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3) สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 4) สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 5) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- 6) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยผู้วิจัยลงสถานที่จริงในการแจกแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่าง 400 โดยมีขั้นตอนดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1.ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้ศึกษาวิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอต่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจงานวิจัยในครั้งนี้ในแต่ละสถานที่ที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนแจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อเรียบเรียงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงรหัส

2. การลงรหัส (Coding) นำข้อมูลในแบบสอบถามที่ตรวจสอบข้อมูลสมบูรณ์มาลงรหัสที่กำหนดไว้ เพื่อเตรียมบันทึกรหัสดังกล่าวลงในคอมพิวเตอร์

3. การประมวลผลข้อมูลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis)

1. ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอเรชั่น) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 1-4

2. ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต (Arithmetic Mean) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 5-7

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 5-7

4.ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 เกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอเรชั่น) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 1-4

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชั่น แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน มีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- ทดสอบโดยค่าสถิติ One Way ANOVA เพื่อหาค่าความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ใช้ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าผลทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยการวิเคราะห์ Post Hoc เป็นรายคู่แบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคู่ใดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ทดสอบโดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ทดสอบโดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis)

ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ

$\bar{x}$

แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$

แทน ผลรวมของค่าที่ต้องการหา

n

แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	x	แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ด้วยวิธีครอนบัค (Cronbach's alpha) สูตร Alpha Coefficient ของครอนบัค (Cronbach) สำหรับโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{Cronbach's alpha } (\alpha) = \frac{k \text{ Covariance/variance}}{1 + (k-1) \frac{\text{covariance/variance}}{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ
		แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

2.การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544) โดยมีสูตรดังนี้

$$s_1^2 = s_2^2$$

สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

โดยที่ Degree of freedom (df) = $n_1 + n_2 - 2$

$$s_1^2 \neq s_2^2$$

สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

โดยที่ Degree of freedom(df) =

$$\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 2}}$$

เมื่อ t แทน ค่าเฉลี่ยที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance F-test โดยใช้ในกรณีมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน (กัลยา วาณิชยปัญญา 2545) มีสูตร ดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบกับค่าวิกฤตการแจกแจงแบบ F เพื่อ ทราบ
นัยสำคัญ

MS_b แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square
Between Group)

$$MS_b = \frac{SS_b}{(1-k)}$$

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square with Group)

$$MS_w = \frac{SS_w}{(n-k)}$$

SS_b แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Group sum of Squares)

SS_w แทน ผลรวมกำลังสองในกลุ่ม (Within Group sum of Squares)

K แทน จำนวนกลุ่ม

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

(k-1) แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_b)

(n-k) แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (df_w)

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown - forsythe (B) โดยที่ใช้ในกรณี
มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Hartung, 2001) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MBS}{MSW^t}$$

โดยค่า $MSW^t = \sum_{i=1}^K (1 - \frac{n_i}{N}) S_1^2$

เมื่อ	B	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown – forythe
	MBS	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSW^t	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown – forythe
	K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดประชากร
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณี ผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ
ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett T3
(กัลยา วานิชย์บัญชา 2545) มีสูตร ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{qD \sqrt{2(MS_s/A)}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา Dunnett test
	qD	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of Dunnett test
	MS_s/A	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MSE[1/n_i + 1/n_j]}$$

$$\text{กรณี } \sigma_i^2 = \sigma_j^2$$

เมื่อ	$1 - \alpha/2, n-k$	แทน	ค่าการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%
	MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSw)
	n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j
	α	แทน	ระดับนัยสำคัญ

สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระของประชากรจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของค่าของตัวแปรตามส่วนหนึ่งในส่วนของการเปลี่ยนแปลงไม่สามารถอธิบายได้นี้ เรียกว่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์ค่าสัมประสิทธิ์ คือค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่สามารถทำให้สมการดังกล่าว มีความคลาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด

$$\text{สมการในรูปของประชากร } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

$$\text{สมการในรูปของตัวอย่าง } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

$$\text{สมการทำนายผล } a = Y - b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

เมื่อ	X	แทน	ค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัว (จะใช้สัญลักษณ์ x สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่างและ สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย)
	Y	แทน	ค่าของตัวแปรตาม (จะใช้สัญลักษณ์ y สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่างและใช้ค่า $\hat{y}$ สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย)

k	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระในสมการถดถอย
β_0	แทน	ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย โดยที่ β_0 หรือ b_0 จะเป็นจุดตัด (Intercept) แกน y ของสมการ
β_i	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ X_i แต่ละตัว โดยที่ค่า β_i หรือ b_i จะแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของค่า x_i ต่อค่า y ดังนี้ คือ ถ้าค่า x_i เปลี่ยนไป 1 หน่วย จะทำให้ค่า y เปลี่ยนไป b_i หน่วย
ϵ	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error or Residual) ระหว่างค่า Y และค่า $\hat{y}$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุมิติเงื่อนไขสำคัญ คือ

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่มและมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม Y ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ X จะต้องเท่ากัน
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม Y แต่ละค่าเป็นอิสระกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์ต้องเป็นอิสระต่อกัน

การเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการความถดถอย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) สมการความถดถอยที่ดีจะต้องเป็นสมการประกอบด้วยตัวแปรอิสระที่จะทำให้ค่าพยากรณ์ของตัวแปรตามใกล้เคียงกับค่าจริงของ Y มากที่สุดผู้วิจัยจึงนำเทคนิคการเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Enter เป็นวิธีการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการความถดถอย โดยผู้วิจัยจะต้องทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้ค่า F จากตาราง ANOVA ผู้วิจัยจะต้องสรุปผลการทดสอบว่าควรมีตัวแปรอิสระใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยใช้ผลการทดสอบค่า F เพื่อนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลในงานวิจัยครั้งนี้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลของความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
Min	แทน	ค่าต่ำสุด
Max	แทน	ค่าสูงสุด
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา T - Distribution
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	Least Significant Difference
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

- 1.การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจเนเนอเรชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2.การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว
- 4.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรมด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 5.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเจเนเนอเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น หรือ ช่วงอายุของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

เจนเนอเรชั่น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
กลุ่มวาย	140	35.00
กลุ่มเอ็กซ์	153	38.20
กลุ่มเบบี้บูมเมอร์	107	26.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเอ็กซ์ ร้อยละ 38.20 รองลงมาคือ กลุ่มวาย ร้อยละ 35.00 และมีเพียงร้อยละ 26.80 ที่เป็นกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	163	40.70
หญิง	237	59.30
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	259	64.80
สมรส/อยู่ด้วยกัน	114	28.40
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกัน	27	6.80
อยู่		
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	14.30
ปริญญาตรี	310	77.50
สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.20
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	41	10.20
ข้าราชการ/พนักงาน	191	47.80
รัฐวิสาหกิจ		
พนักงานบริษัทเอกชน	116	29.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ	48	12.00
กิจการ/ค้าขาย		
อื่น ๆ อาชีพ แม่บ้าน	4	1.00
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	9	2.20
10,001 – 20,000 บาท	174	43.50
20,001 – 30,000 บาท	119	29.80
30,001 – 40,000 บาท	9	2.20
40,001 บาทขึ้นไป	89	22.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.70 และเพศชาย ร้อยละ 59.30

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 28.40 และมีเพียงร้อยละ 6.80 ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา ร้อยละ 14.30 และมีเพียงร้อยละ 8.20 ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 47.80 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.00 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 12.00 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต ร้อยละ 10.20 และมีเพียงร้อยละ 1.00 ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อาทิ แม่บ้าน ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 ร้อยละ 29.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 22.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท มีเพียงร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

จากตารางที่ 4 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนความถี่ต่ำเกินไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต และอื่น ๆ	45	11.20
เช่น แม่บ้าน		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	191	47.80
พนักงานบริษัทเอกชน	116	29.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	48	12.00
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	183	45.70
20,001 – 30,000 บาท	119	29.80
30,001 บาทขึ้นไป	98	24.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จัดกลุ่มข้อมูลใหม่ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร พบว่า

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 47.80 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.00 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 12.00 และมีเพียงร้อยละ 11.20 ที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต และอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ร้อยละ 45.70 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 29.80 และมีเพียงร้อยละ 24.50 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว โดยนำเสนอในรูปแบบของการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวจำแนกเป็นรายด้าน

จุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน	4.25	0.437	มากที่สุด
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม	4.65	0.475	มากที่สุด
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	4.13	0.390	มาก
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ	4.37	0.671	มากที่สุด
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก	3.39	0.607	ปานกลาง
การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร	2.04	0.613	น้อย
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ	2.43	0.671	น้อย
การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา	2.45	0.631	น้อย
รวม	3.46	0.376	มาก

จากตาราง 6 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุดคือด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรกมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ด้านการท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนำเสนอในรูปแบบของการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจจำแนกเป็นรายด้าน

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ แรงจูงใจ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.88	0.367	มาก
ด้านกิจกรรม	3.21	0.673	ปานกลาง
ด้านการเข้าถึง	3.96	0.524	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.57	0.593	มาก
รวม	3.65	0.374	มาก

จากตาราง 7 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการเข้าถึง โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88, 3.57 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านกิจกรรม โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.72	0.538	มาก
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.545	มาก
ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.549	มาก
มีคุณค่าเหมาะสมต่อการศึกษารียนรู้	3.94	0.574	มาก
แหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม	3.74	0.711	มาก
รวม	3.88	0.367	มาก

จากตาราง 8 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความมีเอกลักษณ์ของแหล่งที่ท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ ความสวยงามของแหล่งที่ท่องเที่ยว มีคุณค่าเหมาะสมต่อการศึกษารียนรู้ แหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96, 3.94, 3.74 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.21	0.686	ปานกลาง
บริการร้านค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.39	0.837	ปานกลาง
บริการล่องเรือชมทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา	3.22	0.927	ปานกลาง
บริการขี่ช้างบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.02	0.858	ปานกลาง
รวม	3.21	0.673	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจ ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการร้านค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 รองลงมา คือ บริการรถเช่า เรือ ชมทัศนียภาพ บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22, 3.21 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือบริการขี่ช้างบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง

ด้านการเข้าถึง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.74	0.757	มาก
เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.80	0.681	มาก
ป้ายบอกทางมีความชัดเจน และเพียงพอต่อการเดินทางเข้าถึง	4.03	0.587	มาก
มีความหลากหลายในการเดินทาง เช่น รถทัวร์ รถตู้ รถไฟ ฯลฯ	4.27	0.650	มากที่สุด
รวม	3.96	0.524	มาก

จากตาราง 10 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อความหลากหลายในการเดินทาง เช่น รถทัวร์ รถตู้ รถไฟ ฯลฯ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ป้ายบอกทางมีความชัดเจนเพียงพอต่อการเดินทางเข้าถึง เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.80 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ แรงจูงใจ
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา ฯลฯ	3.48	0.869	มาก
การจัดบริการร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมต่อ แหล่งท่องเที่ยว	3.47	0.837	มาก
ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ	3.44	0.912	มาก
ที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ	3.47	0.909	มาก
การรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.980	มาก
รวม	3.57	0.593	มาก

จากตาราง 11 พบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อผู้ใช้บริการมีความเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ สุขา ฯลฯ การจัดบริการร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48, 3.47, 3.47 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการจัดบริการความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บุคคลใดมีความสำคัญในการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว		
ตัวเอง	54	13.50
เพื่อน	93	23.20
ครอบครัว	186	46.50
คนรัก	67	16.80
รวม	400	100.00
รับทราบข่าวสารและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อใด		
หนังสือพิมพ์	21	5.20
ป้ายโฆษณา / บิลบอร์ด	4	1.00
โทรทัศน์	106	26.50
นิตยสาร	18	4.50
อินเทอร์เน็ต	244	61.00
อื่น ๆ อาทิ เพื่อนแนะนำ	7	1.80
รวม	400	100.00
โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด		
วันจันทร์ - วันศุกร์	49	12.30
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	116	29.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	235	58.70
รวม	400	100.00
โดยส่วนใหญ่ ท่านท่องเที่ยวอย่างไร		
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	332	83.00
แบบแพคเกจทัวร์เต็มรูปแบบ	68	17.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน
จำแนกตามตัวแปร พบว่า

บุคคลใดมีความสำคัญในการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว โดยส่วน
ใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ
เพื่อน ร้อยละ 23.20 คนรัก ร้อยละ 16.80 และมีเพียงร้อยละ 13.50 ที่ตัวเองมีความสำคัญในการ
ตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ

รับทราบข่าวสารและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อใด
โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 61.00 รองลงมาคือ
โทรทัศน์ ร้อยละ 26.50 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 5.20 นิตยสาร ร้อยละ 4.50 อื่น ๆ อาทิเพื่อนแนะนำ ร้อย
ละ 1.80 และมีเพียงร้อยละ 1.00 ที่รับทราบข่าวสารและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจาก
ป้ายโฆษณา / บิลบอร์ด ตามลำดับ

โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบ
แบบสอบถามชอบเดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 58.70 รองลงมาคือ วันเสาร์ – วัน
อาทิตย์ ร้อยละ 29.00 และมีเพียงร้อยละ 12.30 เลือกเดินทางช่วงเวลาวันจันทร์ – วันศุกร์ ตามลำดับ

โดยส่วนใหญ่ ท่านท่องเที่ยวอย่างไร โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม
เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ร้อยละ 83.00 รองลงมาคือ แบบแพคเกจทัวร์เต็มรูปแบบ ร้อยละ 17.00

ตาราง 13 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยจำนวนกี่คน (รวมท่านด้วย)	1	10	3	1.262
ความถี่โดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	1	10	2	1.302
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	200	8,000	1,552	1493.99

จากตาราง 13 ข้อมูลพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยจำนวนกี่คน(รวมท่านด้วย) พบว่าโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางด้วย จำนวน 3 คน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.262 จำนวนต่ำที่สุดคือ 1 คน และจำนวนสูงที่สุดคือ 10 คน

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่าโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 2 ครั้ง มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.302 จำนวนต่ำที่สุดคือ 1 ครั้ง และจำนวนสูงที่สุดคือ 10 ครั้ง

ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (บาท/ครั้ง) พบว่าพบโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำนวน 1,552บาท/ครั้ง มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,493.99 จำนวนต่ำที่สุดคือ 200 บาท/ครั้ง และจำนวนสูงที่สุดคือ 8,000 บาท/ครั้ง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเงินออเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเงินออเรชั่นแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเงินออเรชั่น แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยถ้าได้ค่าความแปรปรวนไม่ต่างกันให้ทดสอบด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนต่างกันให้ทดสอบด้วย Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่แตกต่างกันซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 14 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเงินออเรชั่น โดยใช้ Levene's Test

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเงินออเรชั่น	Levene's Statistic	df1	df2	Sig.
จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยจำนวนกี่คน (รวมท่านด้วย)	0.717	2	397	0.489
ความถี่โดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	13.798**	2	397	0.000
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	13.924**	2	397	0.000

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 14 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชันโดยใช้ Levene's Test พบว่า ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.489 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตาราง 15 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชันโดยใช้สถิติ F-test

แนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง						
ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	0.393	2	0.196	0.123	0.885
พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ย	ภายในกลุ่ม	636.047	397	1.602		
จำนวนที่คน (รวมท่านด้วย)	รวม	636.440	397			

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามเจนเนอเรชันซึ่งใช้ F-test พบว่า

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.885 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชัน

เรขาคณิตต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 16 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชัน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	Sig.
ความถี่โดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.239*	2	355.212	0.040
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	5.890**	2	326.161	0.003

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเจนเนอเรชัน ซึ่งใช้ Brown-Forsythe พบว่า

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชันต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ด้าน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชันต่างกัน มีพฤติกรรม

การเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนกตามเจนเนอเรชั่น เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3

เจนเนอเรชั่น				
	กลุ่มวาย	กลุ่มเอ็กซ์	กลุ่มเบบี้บูมเมอร์	
	$\bar{x}$	2.435	2.176	2.037
กลุ่มวาย	2.435	-	0.25924 (0.317)	0.39833* (0.044)
กลุ่มเอ็กซ์	2.176	-	-	0.13909 (0.654)
กลุ่มเบบี้บูมเมอร์	2.037	-	-	-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนกตามเจนเนอเรชั่น เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3 พบว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มวาย กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวาย และนักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มวายมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.398 สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนกตามเจนเนอเรชั่น เป็นรายคู่ด้วย

Dunnett's T3

เจนเนอเรชั่น				
	$\bar{x}$	กลุ่มวายุ	กลุ่มเอ็กซ์	กลุ่มเบบี้บูมเมอร์
		1,857	1,500	1,226
กลุ่มวายุ	1,857	-	357.85 (0.167)	631.68** (0.004)
กลุ่มเอ็กซ์	1,500	-	-	273.83 (0.177)
กลุ่มเบบี้บูมเมอร์	1,226	-	-	-

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเดินทาง
ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำแนก
ตามเจนเนอเรชั่น เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3 พบว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มวายุ กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004
ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวายุ และนักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มี
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใน
การท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มวายุมี
พฤติกรรมท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการ
ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 631.68 สำหรับ
รายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2.1 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

H_0 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

H_1 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	41.633	8	5.204	3.421**	0.001
Residual	594.807	391	1.521		
Total	636.440	399			

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 20 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.510	0.989		2.538*	0.012
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (X ₁)	-0.234	0.193	-0.081	-1.212	0.226
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและ วัฒนธรรม (X ₂)	0.192	0.181	0.072	1.061	0.290
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X ₃)	0.554	0.187	0.171	2.968**	0.003
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และ ความสนใจพิเศษ (X ₄)	0.404	0.120	0.215	3.378**	0.001
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (X ₅)	-0.172	0.132	-0.083	-1.308	0.192
การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (X ₆)	-0.024	0.129	-0.012	-0.190	0.850
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (X ₇)	-0.173	0.132	-0.092	-1.314	0.190
การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและ สัมมนา (X ₈)	0.390	0.131	0.195	2.982**	0.003
r					
0.256	R ²	Adjusted R ²	SE (est.)	F	Sig.
	0.065	0.046	1.23339	3.421**	0.001

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (Y_1) ประกอบด้วยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X_3) ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (X_4) และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา (X_8) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 4.6 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y_1 = 2.510 + 0.554(X_3) + 0.404(X_4) + 0.390(X_8)$$

X_3 = การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

X_4 = การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ

X_8 = การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.554, 0.404 และ 0.390 ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.554 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.404 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.390 หน่วย

โดยหากไม่พิจารณาจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร และด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.510 หน่วย

สมมติฐานที่ 2.2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_0 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_1 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	31.148	8	3.893	2.358*	0.017
Residual	645.807	391	1.651		
Total	676.840	399			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 22 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.463	1.030		3.361**	0.001
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (X ₁)	0.066	0.201	0.022	0.329	0.742
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม (X ₂)	-0.023	0.188	-0.008	-0.123	0.903
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X ₃)	0.494	0.195	0.148	2.539*	0.011
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (X ₄)	0.230	0.125	0.119	1.847	0.065
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (X ₅)	-0.270	0.137	-0.126	-1.969*	0.050
การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (X ₆)	0.283	0.135	0.133	2.099*	0.036
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (X ₇)	-0.021	0.137	-0.011	-0.154	0.878
การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา (X ₈)	0.007	0.136	0.004	0.053	0.958
r	R ²	Adjusted R ²	SE (est.)	F	Sig.
0.215	0.046	0.027	1.28506	2.358*	0.017

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) ประกอบด้วยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X_3) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (X_5) และการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (X_6) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 2.7 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y_1 = 3.463 + 0.494(X_3) - 0.270(X_5) + 0.283(X_6)$$

X_3 = การท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

X_5 = การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก

X_6 = การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา และการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.494 และ 0.283 ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.494 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.283 หน่วย

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางตรงกันข้าม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.270 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ลดลง 0.270 หน่วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เมื่อมีผลกระทบด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรกการตอบสนองเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวลดลง นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นงานอดิเรก มักจะไม่ท่องเที่ยวซ้ำ และชอบเดินทางท่องเที่ยวสถานที่แปลกใหม่มากกว่า

โดยหากไม่พิจารณาจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 3.463 หน่วย

สมมติฐานที่ 2.3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_0 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_1 : จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยาผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	8.265E7	8	5.033E7	5.000**	0.000
Residual	8.079E8	391	2066319.744		
Total	8.906E8	399			

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว
ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig.
เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)
หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการ
วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 24 แสดงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1314.904	1152.549		1.141	0.225
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (X ₁)	590.305	225.388	0.173	2.691**	0.009
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม (X ₂)	-62.638	210.492	-0.020	-0.298	0.776
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X ₃)	541.867	217.606	0.141	2.490*	0.013
การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (X ₄)	-166.006	139.308	-0.075	-1.192	0.234
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (X ₅)	118.159	153.260	0.048	0.771	0.441
การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (X ₆)	-238.168	150.619	-0.098	-1.581	0.115
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (X ₇)	512.550	153.640	0.231	3.336**	0.001
การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา (X ₈)	828.657	152.593	0.350	5.431**	0.000
r	R ²	Adjusted R ²	SE (est.)	F	Sig.
0.305	0.093	0.074	1437.46991	5.000**	0.000

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y₁) ประกอบด้วยจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (X₁) ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (X₃) ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (X₇) และด้าน

การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา (X_8) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 7.4 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y1 = 1314.904 + 590.305(X_1) + 541.867(X_3) + 512.550(X_7) + 828.657(X_8)$$

X_1 = การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

X_3 = การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

X_7 = การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

X_8 = การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 590.305, 541.867, 512.550 และ 828.657 ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 590.305 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 541.867 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 512.550 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 828.657 หน่วย

โดยหากไม่พิจารณาจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก และด้านการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 1314.904 หน่วย

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3.1 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

H_0 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	26.609	4	6.652	4.309**	0.002
Residual	609.831	395	1.544		
Total	636.440	399			

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 26 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.228	0.803		2.774**	0.006
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X_1)	-0.018	0.175	-0.005	-0.100	0.920
ด้านกิจกรรม (X_2)	0.371	0.103	0.198	3.583**	0.000
ด้านการเข้าถึง (X_3)	0.295	0.161	0.122	1.828	0.068
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_4)	-0.472	0.151	-0.222	-3.115**	0.002
r	R^2	Adjusted R^2	SE (est.)	F	Sig.
0.204	0.042	0.032	1.24253	4.309**	0.002

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (Y_1) ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านกิจกรรม (X_2) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_4) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 3.2 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y_1 = 2.228 + 0.371 (X_2) - 0.472 (X_4)$$

$$X_2 = \text{ด้านกิจกรรม}$$

$$X_4 = \text{ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}$$

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.371 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ด้านกิจกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.371 หน่วย

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางตรงกันข้าม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.472 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลดลง 0.472 หน่วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในเรื่องของ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา ฯลฯ การจัดการบริการร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ ที่จัดเตรียมไว้ในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ และการรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อมีผลกระทบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการตอบสนองเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวลดลง เพราะความสามารถในการตอบสนองด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครอบคลุม ปัจจัยด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จึงถูกนำมาพิจารณาในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยหากไม่พิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.228 หน่วย

สมมติฐานที่ 3.2 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_0 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	59.803	4	14.951	9.571**	0.000
Residual	617.037	395	1.562		
Total	676.840	399			

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 28 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.373	0.808		4.174**	0.000
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X ₁)	0.389	0.176	0.110	2.211*	0.028
ด้านกิจกรรม (X ₂)	-0.083	0.104	-0.043	-0.796	0.426
ด้านการเข้าถึง (X ₃)	0.842	0.162	0.339	5.197**	0.000
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X ₄)	0.256	0.152	0.121	1.739	0.083
r	R ²	Adjusted R ²	SE (est.)	F	Sig.
0.297	0.088	0.079	1.24985	9.571**	0.000

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y₁) ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (X₁) และด้านการเข้าถึง (X₃) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 7.9 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y_1 = 3.373 + 0.389 (X_1) + 0.842 (X_3)$$

$$X_1 = \text{ด้านสิ่งดึงดูดใจ}$$

$$X_3 = \text{ด้านการเข้าถึง}$$

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ แรงจูงใจ

ในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.389 และ 0.842 ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.389 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 0.842 หน่วย

โดยหากไม่พิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 3.373 หน่วย

สมมติฐานที่ 3.3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_0 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

H_1 : แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	1.142E8	4	2.854E7	14.520**	0.000
Residual	7.764E8	395	1965604.216		
Total	8.906E8	399			

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระ อย่างน้อย 1 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 30 แสดงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	พฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2411.444	906.350		2.661**	0.008
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (X_1)	163.251	197.495	0.040	0.827	0.409
ด้านกิจกรรม (X_2)	611.336	116.704	0.276	5.238**	0.000
ด้านการเข้าถึง (X_3)	603.203	181.831	0.212	3.317**	0.001
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_4)	-298747	170.827	-0.119	-1.749	0.081
r	R^2	Adjusted R^2	SE (est.)	F	Sig.
0.358	0.128	0.119	1402.00008	14.520**	0.000

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านกิจกรรม (X_2) และด้านการเข้าถึง (X_3) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 11.9 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัววิเคราะห์มาเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ดังนี้

$$Y_1 = 2411.444 + 611.336 (X_2) + 603.203 (X_3)$$

$$X_2 = \text{ด้านกิจกรรม}$$

$$X_3 = \text{ด้านการเข้าถึง}$$

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ แรงจูงใจใน

การท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 611.336 และ 603.203 ตามลำดับ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เทียบ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ด้านสิ่งกิจกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 611.336 หน่วย

หากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 603.203 หน่วย

โดยหากไม่พิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว จะพบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2411.444 หน่วย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 31 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 1 นักท่องเที่ยวที่มีเงิน เนอเรนแตกต่างกัน มีพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ไม่ แตกต่างกัน		
สมมติฐาน 1.1. ด้านจำนวนผู้ร่วม เดินทางท่องเที่ยว	F-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
สมมติฐาน 1.2. ด้านความถี่โดย เฉลี่ยในการท่องเที่ยว	Brown-Forsythe	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 1.3. ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในการท่องเที่ยว (บาท/ครั้ง)	Brown-Forsythe	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 2 จุดมุ่งหมายในการ ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใน การเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
สมมติฐาน 2.1. ด้านจำนวนผู้ร่วม เดินทางท่องเที่ยว	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 2.2. ด้านความถี่โดย เฉลี่ยในการท่องเที่ยว	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 2.3. ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในการท่องเที่ยว (บาท/ครั้ง)	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 31 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.3 แรงจูงใจ มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา		
สมมติฐาน 3.1. ด้านจำนวนผู้ร่วม เดินทางท่องเที่ยว	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 3.2. ด้านความถี่โดย เฉลี่ยในการท่องเที่ยว	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐาน 3.3. ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในการท่องเที่ยว (บาท/ครั้ง)	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสม และนำข้อมูลที่ได้นำไปกำหนดวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อก่อให้เกิดการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

ความมุ่งหมายในงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเจนเนอเรชั่น
2. เพื่อศึกษาจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. พัฒนารูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศชาติ

สมมติฐานในงานวิจัย

1.นักท่องเที่ยวที่มีเจเนอเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวายแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

2.จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 4,127,796 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 1,237,790 คน (จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2559: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งหมด จำนวน 5,365,559 คน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ.2551: 45) ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย

ขั้นที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วิหารมงคลบพิตร และวัดพระศรีสรรเพชญ์ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกในการเดินทาง และมีผลงานด้านสถาปัตยกรรมที่งดงามซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557)

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน คือ สถานที่ละ 200 ชุด ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 400 คน ดังนี้

- 1) วิหารมงคลบพิตร 200 ชุด
- 2) วัดพระศรีสรรเพชญ์ 200 ชุด

ขั้นที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนตัวอย่าง 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูล เชนเนอเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) และข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Close Ended Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา เป็น

แบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Method) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลเป็นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Method) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลเป็นอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 7 ข้อ โดยข้อ 1-4 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question) ซึ่งให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อ 5-7 ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมีมุ่งศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัย ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษา แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการรวบรวมวิเคราะห์ สังเคราะห์ การจัดการการสื่อความหมาย และศึกษาประสิทธิภาพ ประสิทธิผล พฤติกรรมกระบวนการรับรู้ และระดับความรู้ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวม เอกสาร วารสาร จุลสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากทั้งในประเทศ รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน ได้แก่

- 1) หนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสารต่าง ๆ
- 2) หนังสือทางวิชาการ บทความ และรายงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3) สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 4) สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

6) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยผู้วิจัยลงสถานที่จริงในการแจกแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่าง 400 โดยมีขั้นตอนดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้ศึกษาวิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอต่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจงานวิจัยในครั้งนี้ในแต่ละสถานที่ที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนแจกแบบสอบถาม และขอเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อเรียบเรียงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงรหัส

2. การลงรหัส (Coding) นำข้อมูลในแบบสอบถามที่ตรวจสอบข้อมูลสมบูรณ์มาลงรหัสที่กำหนดไว้ เพื่อเตรียมบันทึกรหัสดังกล่าวลงในคอมพิวเตอร์

3. การประมวลผลข้อมูลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis)

1. ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอเรชั่น) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 1-4

2.ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต (Arithmetic Mean) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 5-7

3.ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 5-7

4.ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับ ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอเรชั่น) ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ข้อ 1-4

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอเรชั่น แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน มีการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบโดยค่าสถิติ One Way ANOVA เพื่อหาค่าความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ใช้ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าผลทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยการวิเคราะห์ Post Hoc เป็นรายคู่แบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคู่ใดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทดสอบโดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทดสอบโดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเอ็กซ์ รองลงมาคือ กลุ่มวาย และกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

ส่วนที่ 3 ข้อมูลจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาและวัฒนธรรมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรกมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และด้านการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแรงจูงใจการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการเข้าถึง โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านกิจกรรม โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความมีเอกลักษณ์ของแหล่งที่ท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงามของแหล่งที่ท่องเที่ยว มีคุณค่าเหมาะสมต่อการศึกษารเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือบริการร้านค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

รองลงมาคือ บริการล่องเรือชมทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือบริการชี้ทางบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อความหลากหลายในการเดินทาง เช่น รถทัวร์ รถตู้ รถไฟ ฯลฯ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายบอกทางมีความชัดเจนเพียงพอต่อการเดินทางเข้าถึง เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อผู้ใช้บริการมีความเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ สุขา ฯลฯ การจัดบริการร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการจัดบริการความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ โดยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยส่วนใหญ่ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ชอบเดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และชอบเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีผู้ร่วมเดินทางด้วย จำนวน 3 คน เคยเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 2 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจำนวน 1,493.99 บาท/ครั้ง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเงินออเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

- นักท่องเที่ยวที่มีเงินออเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่ต่างกัน

- นักท่องเที่ยวที่มีเงินเนอเธอร์แลนด์ ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และ กลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

- นักท่องเที่ยวที่มีเงินเนอเธอร์แลนด์ ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และ กลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2.1 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก และการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3.1 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.2 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่สามารถนำประเด็นมาอภิปรายผลตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเจเนอเรชั่น ประกอบด้วย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มเอ็กซ์ และกลุ่มวาย แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจเนอเรชั่นแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทุกเจเนอเรชั่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (มานิช พรหมปัญญา, 2558) การศึกษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจเนอเรชั่นแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละเจเนอเรชั่นมีการเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมที่ต่างกัน โดยพบว่าเจเนอเรชั่นวาย อยู่ในวัยทำงานทำให้แลกเปลี่ยนความรู้ได้หลากหลายจึงมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากกว่าเจเนอเรชั่นอื่น และเจเนอเรชั่นวายให้

ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Billingham (2007) ที่กล่าวว่าเจนเนอร์ชั่น หมายถึงกลุ่มคนที่เจริญเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมเดียวกัน และถูกปลูกฝังความคิด ความเชื่อที่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลให้มีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มคนอีกรุ่นอย่างเห็นได้ชัด และสอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิมพ์บิวีร์ นพกิจกำจร (2560) ที่กล่าวว่าเจนเนอร์ชั่นวัย มักจะให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ชอบกิจกรรมกลางแจ้งและไปเดินสำรวจวิถีชีวิตของผู้คนรอบ ๆ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเจนเนอร์ชั่นแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ เนื่องจากพฤติกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่แตกต่างกันโดยพบว่าเจนเนอร์ชั่นวัย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวมากกว่าเจนเนอร์ชั่นอื่น เนื่องจากเจนเนอร์ชั่นวัยเป็นกลุ่มเป็นกลุ่มวัยรุ่นชอบหากิจกรรมทำร่วมกัน และการบริการ อีกทั้งประสบการณ์ที่ได้รับจึงมีค่าใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มอื่นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนอมขวัญ ทองโปรง (2559) ทำการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ระหว่างเจนเนอร์ชั่นเบบี้บูมเมอร์, เจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์และ เจนเนอร์ชั่นวายในการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งสามรุ่นคือเบบี้บูมเมอร์, เจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์และเจนเนอร์ชั่นวัยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2.1 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมีค่า Adjusted R²

เท่ากับ 0.046 หมายถึงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 4.6 และสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y_1 = 2.510 + 0.554(X_3) + 0.404(X_4) + 0.390(X_8)$$

$$X_3 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา}$$

$$X_4 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และ
ความสนใจพิเศษ}$$

$$X_8 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา}$$

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.554 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษามักเดินทางเป็นหมู่คณะ เพื่อศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คณะอนุกรรมการเฉพาะกิจทัศน์ศึกษาสำหรับเยาวชน (2534) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ การเรียนรู้ด้วยการเห็นหรือเป็นการศึกษานอกสถานที่ เพื่อทำกิจกรรมร่วม

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.404 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ในประเทศไทย ที่ได้รับการยกย่องเป็นมรดกโลกมีเพียง 2 แห่ง จึงทำให้ผู้ที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ที่ระบุว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและ โบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็น มรดกในอดีต และที่สร้างเพิ่มเติมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้

นักท่องเที่ยวไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ยังพื้นที่ นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.390 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษเพื่อเป็นตัวกลางจัดประชุมสัมมนาในกลุ่มองค์กรต่าง ๆ จึงเป็นผลให้การท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุมสัมมนา เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของส่งเสริมการท่องเที่ยวสมาคมอาเซียน (2551) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุมสัมมนาว่า หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางเพื่อเข้ามาเพื่อเข้าร่วมการจัดประชุมสัมมนา แสดงนิทรรศการ หรือแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.2 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก และการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.027 หมายถึงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 2.7 และสามารถเขียนสมการ ได้ดังนี้

$$Y1 = 3.463 + 0.494(X_3) - 0.270(X_5) + 0.283(X_6)$$

$$X3 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา}$$

X5 = การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก

X6 = การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.494 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเป็นผู้ที่มีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในอดีต โดยต้องใช้ระยะเวลาการศึกษาหาข้อมูลภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาในแง่มุมของมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ การแสดง

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางตรงกันข้าม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.270 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นงานอดิเรก มักจะไม่ท่องเที่ยวซ้ำ และชอบเดินทางท่องเที่ยวสถานที่แปลกใหม่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Opća enciklopedija (1977) ที่ระบุว่างานอดิเรกเป็นความบันเทิงที่ต้องการ ทางด้านกายภาพหรือทางปัญญา ซึ่งขึ้นอยู่กับการแสวงหาความพึงพอใจของตัวเองและไม่ใช่อุปกรณ์ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Hobby (2005) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่งคือ “การท่องเที่ยวงานอดิเรก” งานอดิเรกคือการแสวงหาเวลาว่าง สำหรับความสนใจและความเพลิดเพลินมากกว่าผลตอบแทนทางการเงิน การมีส่วนร่วมในงานอดิเรกสามารถนำไปสู่การได้รับทักษะความรู้และประสบการณ์มากมาย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายส่วนบุคคล

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.283 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตรมักเดินทางท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้

ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) กล่าวว่า การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทาง เพื่อวัตถุประสงค์นี้ มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่าง ๆ

สมมติฐานที่ 2.3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.074 หมายถึงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 7.4 และสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y1 = 1314.904 + 590.305(X_1) + 541.867(X_3) + 512.550(X_7) + 828.657(X_8)$$

$$X1 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน}$$

$$X3 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา}$$

$$X7 = \text{การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ}$$

$$X8 = \text{การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา}$$

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 590.305 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้าน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีชื่อเสียง โบราณสถาน และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ สร้างความศรัทธา เคารพ เชื่อถือ รวมถึงรู้สึกเป็นสุขทั้งกาย และใจภายหลังการท่องเที่ยว โดยก่อให้เกิดความคุ้มค่ากับเงิน คุ้มค่ากับเวลาในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ระบุว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางมีจุดมุ่งหมาย เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพ เพื่อตอบสนองในแง่การผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวันและตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 541.867 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีการเก็บค่าบริการก่อนเข้าไปศึกษาหาความรู้ จึงผลให้ค่าใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ICOM (2004) การบริหารจัดการทางการเงิน พิพิธภัณฑ์ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้อง กับการเงินของรัฐและมีกฎหมายการบัญชีคอยควบคุมให้อยู่ในขอบเขตที่ เหมาะสม และมีผู้มีอำนาจของรัฐ เป็นผู้ตัดสินใจการปฏิบัติงานด้านการเงินให้เป็นไปตามกฎหมาย

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 512.550 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องมีการจับจ่ายใช้สอยสินค้าต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Foster (1985) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัด เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงาน หารายได้ อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 828.657 เป็นปัจจัยที่เป็น

ตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อจัดประชุมและสัมมนา มีค่าใช้จ่ายสูง และต้องมีการแนะนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ส่วนงานบริการฝ่ายพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (2556) ที่ระบุว่าธุรกิจการจัดประชุมก่อให้เกิดการจ้างงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมถึงมีการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวคิดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) ที่ระบุว่าธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจพื้นตัวกว่าภาคผลิตและภาคบริการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3.1 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.032 หมายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 3.2 และสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y_1 = 2.228 + 0.371 (X_2) - 0.472 (X_4)$$

$$X_2 = \text{ด้านกิจกรรม}$$

$$X_4 = \text{ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก}$$

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.371 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจาก

กิจกรรมเป็นส่วนที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการบอกต่อและชักจูงในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักษณ โปธิ์ไพจิตร (2555) ทำการศึกษาแนวทางการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้หลักกิจกรรมสังคม/สาธารณะของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยประเทศไทย พบว่า หลักกิจกรรมสังคม/สาธารณะ มีผลต่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสอดคล้องกับแนวคิดของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ในทิศทางตรงกันข้าม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.472 หน่วย เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อมีผลกระทบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการตอบสนองเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากความสามารถในการตอบสนองในเรื่องของ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ ยังไม่ครอบคลุมในสถานที่ท่องเที่ยว จึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย

สมมติฐานที่ 3.2 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.079 หมายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง สะดวกอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 7.9 และสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y1 = 3.373 + 0.389 (X_1) + 0.842 (X_3)$$

$$X1 = \text{ด้านสิ่งดึงดูดใจ}$$

$$X3 = \text{ด้านการเข้าถึง}$$

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.389 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากเขตอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.842 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางไปเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีความหลากหลายในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cooper C. and Boniface B. G (1998) ที่กล่าวว่า การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.3 แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจ ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้มีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.119 หมายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านกิจกรรม และด้านการเข้าถึง สะดวกอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 11.9 และสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$Y_1 = 2411.444 + 611.336 (X_2) + 603.203 (X_3)$$

$$X_2 = \text{ด้านกิจกรรม}$$

$$X_3 = \text{ด้านการเข้าถึง}$$

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 611.336 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีบริการร้านค้าขายสินค้าของที่ระลึกมากมาย ซึ่งสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร (2555) ทำการศึกษาแนวทางการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักกิจกรรมสังคม/สาธารณะของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยประเทศไทย พบว่า หลักกิจกรรมสังคม/สาธารณะ มีผลต่อทางการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสอดคล้องกับแนวคิดของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 603.203 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพการเข้าถึงหรือเส้นทางคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว มีความ

สะดวกสบายค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว และการคมนาคมที่หลากหลาย ทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับงบประมาณในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา สุขมาก (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องเรื่องการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากกลุ่มกลุ่มเจนเนอเรชั่นยานั้นอยู่ในวัยทำงานทำให้มีกำลังซื้อสูง โดยจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวายมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นอื่น

2. หน่วยงานทั้งภาครัฐอาจจะประสานกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านการท่องเที่ยวการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุมและสัมมนา เพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยจากผลการวิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

3. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีนโยบาย ในการจัดกิจกรรมที่มีความน่าสนใจและมีความแปลกใหม่เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นงานอดิเรก โดยจากผลการวิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านการ

เดินทางท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก สามารถทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

4.หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรควรให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มุ่งเน้นกิจกรรมทางพุทธศาสนาและความเป็นไทยคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยจากผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

5.หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรควรให้ความสนใจกับการส่งเสริมพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวความหลากหลายในกิจกรรม รวมถึงการให้บริการร้านค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มากขึ้น โดยจากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านการกิจกรรมนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว

6.หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ควรมีการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในการเดินทาง และเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างชัดเจน โดยจากผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว และระดับแรงจูงใจด้านการเข้าถึงนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด

7.หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรพัฒนาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เนื่องจากปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครอบคลุมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยจากผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการเดินทางมา

ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ด้านความถี่โดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ในทิศทางตรงกันข้าม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ ด้านความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ และเพื่อสรุบายรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศต่อไป

2. เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลอดเวลา ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านกฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการปรับตัวต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการและเป็นประโยชน์ต่อสถานท่องเที่ยวอย่างมากที่สุด

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการเปิดรับข้อมูล ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บรรณานุกรม

- (Eds.), P. A. a. M. Y. (1999). *Consumer behavior in travel and tourism*. New York: Haworth Press.
- Amy G. (2007). "Understanding generational differences for competitive success." *Industrial and Commercial Training* 39, 2: 98-103. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1108/00197850710732424>. Retrieved June 25, 2018.
- Anita E. Woolfolk. (1995). *Motivation and Personality*. 2nd ed. Bangkok: We Learn.
- Armstrong, G. K., P. (2009). *Marketing, an introduction*. 9th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Atkinson, J. W. (1966). *Motive in fantasy action and society*. New York: D. Van Nostrand.
- Belch, G. E. a. B., Michael A. (1993). *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 2nd ed. Boston: Richard D. Irwin, Inc.
- Billingham, D. (2007). *Digital generations: Children, young people and new media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- C., P. J. P. a. O. J. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 2nd ed. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.
- Cooper C. and Boniface B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.
- Foster, D. (1985). *Travel and tourism management*. Hampshire: Macmillan Educational.
- Harssel, J. (1994). *Tourism: An Exploration*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Herzberg, F. (1982). *The Managerial Choice. Second Edition (Revised)* Salt Lake City: Olympus Publishing Co.
- Hobby. (2005). *Wikipedia*. Retrieved June 25, 2018. from <http://en.wikipedia.org/wiki/Hobby>
- Hobi (1977). *OpĆa enciklopedija* JLZ, 3, p. 444
- Humphrey B., S., J. (2000). *The 21st century supervisor: nine essential skills for frontline leaders*. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Kidd, J. R. (1973). *How adults learn*. New York: Association Press.

- Mannheim, K. (1952). "The Problem of Generations." In P. Kecskemeti, ed. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 276-320. London: Routledge and Kegan Paul.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.
- Peter J. Paul and Olsen Jerry C. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 2nd ed. Homewood, Illinois : Richard D. Irwin.
- Pizam A. and Mansfield Y. (Eds). (1999). *Consumer behavior in travel and tourism*. New York: Haworth Press.
- Schiffman, L. G. a. K. L. L. (1991). *Consumer Behavior*. 4th ed. New Jersey: Englewood Cliffs.
- Schweibenz, W. (2004). Icom New. [Online] Available Retrieved June 25, 2018. From http://www.Icon.Museum/Pdf/E_News2004/P3_2004-3.pdf
- Tourism Western Australia. (2008). 5A's of Tourism. Retrieved from http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html
- Woolfolk., A. E. (1995). *Motivation and Personality*. 2nd ed. Bangkok: We Learn.
- Yamane, Taro (1973). *Statistics An Introduction Analysis*. New York: Harper and Row Publishers.
- Zemke R., Raines C. and Filipczak B. (2000). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. New York: AMACOM.
- Zemke R., R. C. a. F. B. (2000). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. New York: AMACOM.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 5 ed.). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี 2542. Retrieved from <http://www.siamarchives.com>
- คณะกรรมการเฉพาะกิจทัศน์ศึกษาสำหรับเยาวชน. (2534). แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเด็กเยาวชน ระยะ 3ปี (พ.ศ.2532-2534):

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2559). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของควนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชูชัย สมितिไกร. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุง.. ed.).

กรุงเทพฯ]: กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.

ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค = *Consumer behavior*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ :

ภาควิชาการตลาด สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2551). เจเนอเรชั่นวายกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากร

บุคคล. จุฬาลงกรณ์วารสาร ปีที่ 20, ฉบับที่ 80 (ก.ค.-ก.ย. 2551), หน้า 53-66.

ถนอมขวัญ ทองโปร่ง. (2559) การศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ระหว่างเบบี้บูมเมอร์, เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และ เจเนอเรชั่นวายในการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการ. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา. (2550). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การบริหารงานบุคคล = *Personnel management* (พิมพ์ครั้งที่ 8.. ed.).

กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียนมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน = *Sustainable tourism development*. กรุงเทพฯ]: กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ประสิทธิ์ ทองอุ่น. (2542). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ: เอิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.

พลอยระพี ชลวณิช. (2555). แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุใน

- กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 6 (ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด). ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พิมพ์วิวัฒน์ นพิกิจกำจร. (2560). “European Travelers: Gen ไหน? เทียบแบบไหน?”. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/4340>
- ไพฑูรย์ พงสะบุตร. (2542). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์ (พิมพ์ครั้งที่ 5.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชั่น. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มานิช พรหมปัญญา. (2558). การศึกษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10 (1).
- ลลิตา สุขมาก. (2554). แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัด ระยอง. (งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเศรษฐศาสตร์ การเมืองและการบริหารจัดการ), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. มหาวิทยาลัยสยาม: สำนักส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย.
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริรัตน์ ณ ปทุม. (2552). “การสรรหาคูคลองเจนนาย.” *Make Money* (Vol. 10 112:).
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการกำหนดนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2542). พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาคน. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวน

สุนันทา.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ:

ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). กระบวนท่าพัฒนา GEN Y. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

แสงเดือน ทวีสิน. (2549). จิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5 ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยแสง.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชิต พึ่งปัญญาดี. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ของนักท่องเที่ยว. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด).

อารี พันธุ์ณี. (2546). จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนรู้การสอน. กรุงเทพฯ: ไบโหม ครีเอทีฟ กรุ๊ป.

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยใน

จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

สัตว์ป่า. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด), บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Title: Motivation Influencing on Traveling Behavior on Ayutthaya Historical
Park
in Ayutthaya Province

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา “แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามนี้เพื่อจะทำให้วิจัยนี้
ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความร่วมมือซึ่ง
แบบสอบถามนี้จะประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอเรชั่น)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการศึกษาซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจาก
การตอบแบบสอบถามแต่ประการใด เป็นการนำเสนอผลงานวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

วรญา กฤษณะมนตรี

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (เจนเนอร์ชั่น)

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. กลุ่มวาย | อายุ 23 – 40 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2521 – 2538) |
| ☐ 2. กลุ่มเอ็กซ์ | อายุ 41 – 53 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2508 – 2520) |
| ☐ 3. กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ | อายุ 54 – 72 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2489 – 2507) |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| ☐ 1. ชาย | ☐ 2. หญิง |
|---------------------------------|----------------------------------|

2. สถานภาพ

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. โสด | ☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน |
| ☐ 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | |

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | ☐ 2. ปริญญาตรี |
| ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี | |

4. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน |
| ☐ 3. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ค้าขาย | ☐ 4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | ☐ 2. 10,001 – 20,000 บาท |
| ☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท | ☐ 4. 30,001 – 40,000 บาท |
| ☐ 5. 40,001 บาทขึ้นไป | |

ส่วนที่ 3 จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน					
2. การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศาสนาวัฒนธรรม					
3. การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา					
4. การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ					
5. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก					
6. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร					
7. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ					
8. การเดินทางท่องเที่ยวในการประชุมและสัมมนา					

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับแรงจูงใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
4. มีคุณค่าเหมาะสมต่อการศึกษารเรียนรู้					
5. แหล่งท่องเที่ยวเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม					
ด้านกิจกรรม					
1. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลภายในแหล่งท่องเที่ยว					
2. บริการร้านค้าสินค้าที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว					
3. บริการล่องเรือชมทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา					
4. บริการขี่ช้างบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านการเข้าถึง					
1. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก					
2. เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
3. ป้ายบอกทางมีความชัดเจน และเพียงพอต่อการเดินทางเข้าถึง					
4. มีความหลากหลายในการเดินทาง เช่น รถทัวร์ รถตู้ รถไฟ ฯลฯ					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา ฯลฯ					
2. การจัดบริการร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ตู้ ATM ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ					
4. ที่จอดรถภายในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ					
5. การรักษาความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง : ข้อ 1-3 โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

ข้อ 4-6 เติมคำลงในช่องว่าง ที่กำหนดให้ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. บุคคลใดมีความสำคัญในการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามากที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ 1. ตัวเอง | ☐ 2. เพื่อน |
| ☐ 3. ครอบครัว | ☐ 4. คนรัก |

2. ท่านรับทราบข่าวสารและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจากสื่อใดมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. หนังสือพิมพ์ | ☐ 2. ป้ายโฆษณา / บิลบอร์ด |
| ☐ 3. โทรศัพท์ | ☐ 4. นิตยสาร |
| ☐ 5. อินเทอร์เน็ต | ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

3. โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาใด

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. วันจันทร์ - วันศุกร์ | ☐ 2. วันเสาร์ - วันอาทิตย์ |
| ☐ 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์ | |

4. โดยส่วนใหญ่ ท่านท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาอย่างไร

- | | |
|---|---|
| ☐ 1.ท่องเที่ยวด้วยตนเอง | ☐ 2. แบบแพ็คเกจทัวร์เต็มรูปแบบ |
| ☐ 3. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

5. โดยส่วนใหญ่ท่านเดินทางท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน.....คน (รวมท่านด้วย) / ครั้ง

6. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ด้วย จำนวน.....ครั้ง

7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยเฉลี่ยบาท / ครั้ง

*****จบแบบสอบถาม*****

ผู้จัดทำแบบสอบถามขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ชุดนี้

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.อัฉนรียา ศักดิ์นรงค์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายวรญา กฤษณะมนตรี
วัน เดือน ปี เกิด	20 มกราคม 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2554 มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนราชวินิตมัธยม จังหวัดกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2558 บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2561 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม) สาขาวิชาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/57 ซอยสายไหม 22 (หมู่บ้านร่วมสุขวิลล์) แขวงสายไหม เขตสายไหม กทม.