

5SR-P02: พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและแนวคิด เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Tourists' Behavior, Satisfaction and Concepts for Sustainable tourist
destination development in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

สุรพงษ์ วัชรจิตต์^{1*} กอบชัย เมฆดี² และวุฒิศาสตร์ คำคม²

Suraphong Watcharajit^{1*}, Kobchai Mekdee² and Wuttisart Khumkom²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจและแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวคนไทยท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 400 คน เครื่องมือแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .958 สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้คำแนะนำจากเพื่อน ท่องเที่ยวแบบวันเดียว ค่าใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ภาพรวมแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 การทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว และต่อแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ข้อเสนอแนะ เพิ่มกิจกรรมที่หลากหลาย เพิ่มการจ้างงานของคนในชุมชน เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกแก่ผู้พิการ มีระบบการบริหารจัดการน้ำและบำบัดน้ำเสีย

คำสำคัญ: สถานที่ท่องเที่ยว พฤติกรรม ความพึงพอใจ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Abstract

The research's objective is to study tourists behaviors toward the satisfaction and concepts of sustainable tourism destination development. The sample group was 400 Thai tourists traveling to Phranakhon Si Ayutthaya Province. The tool was a questionnaire with confidence value .958. The statistics were used percentage, mean, standard deviation and f-test.

The result, Mostly tourists behaviors were friends suggested, one day trip, with expenses 1,001-3,000 baht. Overall tourists satisfactions level were at very satisfied (Mean=3.62), Sustainable development concepts were at the most important level (Mean=4.24). Hypothesis tests, tourist information on the destinations' satisfactions and on sustainable development concepts were different with statistically significant at 0.05. Recommendations are increasing activities, communities' employment, facilities for the disabled and establishing water management and wastewater treatment systems.

Keywords: Tourist destination, Behavior, Satisfaction, Sustainable development

¹ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

¹ The International College, Rajamangala University of Technology Krungthep

² คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

² Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* Corresponding author. E-mail: suraphongwat@gmail.com

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) กำหนดสาระสำคัญของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่นและประโยชน์ต่อการจ้างงาน และแผนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นย่อมผลกระทบโดยตรงต่อแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ และชุมชน (บุญชัย อาสอภิลิทธิ์ 2561) โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจได้กำหนดให้สอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) (United Nation, 2019) มี 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ ทางสังคม และทางสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย ดังนี้ (1) ขจัดความยากจน (2) ยุติความหิวโหยและยกระดับโภชนาการ (3) สุขภาพดีและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (4) การศึกษาที่มีคุณภาพและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (5) ความเท่าเทียมทางเพศแก่เด็กและสตรี (6) การจัดให้มีน้ำสะอาดและการบริหารจัดการน้ำที่ยั่งยืน (7) พลังงานสะอาดที่เข้าถึงได้ (8) การเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานที่มีคุณค่า (9) สร้างโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาอุตสาหกรรมและส่งเสริมนวัตกรรม (10) ลดความเหลื่อมล้ำความไม่เสมอภาค (11) สร้างเมืองที่ปลอดภัยและชุมชนที่น่าอยู่ (12) รูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนมีความรับผิดชอบ (13) การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (14) การใช้ประโยชน์นิเวศทางน้ำและทรัพยากรทางทะเล (15) การใช้ประโยชน์ระบบนิเวศบนบกและป่าไม้ (16) ส่งเสริมสังคมที่สงบสุข ยุติธรรมและสถาบันที่แข็งแกร่งมีความรับผิดชอบ (17) สร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี และบรรลุการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 (ดัง Figure 1)



Figure 1 17 Sustainable Development Goals of UN

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้จัดทำเป้าหมายแผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ฉบับปี พ.ศ.2561-2565 และฉบับทบทวนปี พ.ศ.2564 (สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2563) ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาคุณภาพ และเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว และการบริการสู่มาตรฐานสากล เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 7.0 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 และค่าใช้จ่ายต่อวันในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 และในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (COVID-19) ทำให้ต้องประกาศการไม่อนุญาตให้นักเดินทางต่างประเทศเข้าไทย และการห้ามประชาชนคนไทยเดินทางข้ามจังหวัด (LOCKDOWN) จนมาถึงการระบาดครั้งที่ 2 ในเดือนธันวาคม 2563 มีการกระจายตัวของเชื้อไวรัสเกือบทั่วประเทศและมีอัตราการเพิ่มของผู้ป่วยในระดับวันละ 500-1,000 คน และแนวโน้มการระบาดของโคโรนาไวรัสจะสิ้นสุดเมื่อใด ซึ่งส่งผลกระทบต่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างมาก รายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักขาดหายไป เกิดสภาวะการว่างงาน การเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Economics Recession) จะส่งผลให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ การเติบโตของผลผลิตมวลรวมในประเทศหรือ GDP ตีกลับ และต้องใช้เวลาในการแก้ปัญหาหานานนับปี

Table 1 Phranakhon Si Ayutthaya Province Tourist Information 2017-2019

DATA	2017	2018	2019
Travelers (Foreigner & Thai)	7,631,557	8,349,613	8,292,809
Stay (days)	2.67	2.62	2.63
Average expenses (Baht per day)	1,627.87	1,705.00	1,752.17
Tourism income (million baht)	16,691.00	19,016.00	19,154.93

Source: National Statistical Office, Phranakhon Si Ayutthaya Provincial (updated 15 Sep 2020)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแหล่งท่องเที่ยว (Tourist destination) ที่มีความหลากหลาย สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ (UNWTO, 2020) (1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (natural based tourism) เชิงนิเวศทางบก ทางน้ำ และเชิงเกษตร เช่น ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (เพาะเห็ดตับเต่าตำบลสามเรือน) ศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์อำเภอบางบาล (2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural based tourism) เชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดมหาธาตุ เชิงประเพณีและวัฒนธรรม ตลาดโบราณ ตลาด 100 ปี ตลาดไก่จิ้งจอก ตลาดน้ำอโยธยา เชิงวิถีชีวิตชนบท หมู่บ้านชุมชนเกาะเกิด หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านแปง (3) แหล่งท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (special interest tourism) เชิงสุขภาพ ศูนย์เรียนรู้ศาสตร์มรดกอำเภอลาดบัวหลวง เชิงทัศนศึกษาและศาสนา วัดศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิง แบบโฮมสเตย์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ ไทรน้อย เชิงกีฬาและกิจกรรม งาน Ayutthaya Half Marathon 2020 งานดนตรีซิมโฟนีศรีอยุธยา และงานอยุธยา มรดกโลก เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist behavior) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Middleton (2001), และ Schmoll (1977) มี 4 แนวคิด ได้แก่ (1) ปัจจัยสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว (Travel Stimuli) ใช้ในกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยว ความน่าสนใจและสิ่งดึงดูดใจ ค่าใช้จ่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย พันธมิตรทางธุรกิจ บุคลากรผู้ให้บริการ การจัดสินค้าทางการท่องเที่ยวและการนำเสนอเพื่อเพิ่มมูลค่า Swarbrooke and Horner (2007) การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว คำแนะนำ/บันทึกการเดินทางของนักท่องเที่ยวคนอื่น Middleton (2001) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสาร (Communication channels) ซึ่งเป็นปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (2) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม (Personal and Social Factors) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความจำเป็น ความต้องการและแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ ปัจจัยทางสังคม เช่น ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ผู้นำทางความคิด และครอบครัว และ Sirakaya & Woodside (2005) บทบาทของกลุ่มใกล้ชิดและครอบครัวในการตัดสินใจเดินทางของแต่ละบุคคล และรวมตัวแปรที่มีความแตกต่างเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (3) ปัจจัยลักษณะเด่นและการให้บริการของแหล่งการท่องเที่ยว (Characteristics of Destination and

Service-related Factors) ความง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายกับประโยชน์ที่ได้รับจากสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ความหลากหลายของกิจกรรม ปริมาณและคุณภาพของข้อมูลและประสิทธิภาพให้บริการทางการท่องเที่ยว (4) ปัจจัยภายนอกอื่นๆ (External Variables) Gilbert (1991) ที่เป็นอุปสรรคข้อจำกัดในการท่องเที่ยว เช่น เหตุความไม่สงบ โรคระบาด มาตรการ การปิดประเทศ ภัยพิบัติ หรือเป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเอง ข้อจำกัดส่วนตัว เช่น สถานะการเงิน ช่วงเวลา สุขภาพอนามัย Schmoll (1977) กล่าวว่า ประสบการณ์ในอดีต ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การประเมินความเสี่ยงในการเดินทาง เป็นต้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองขึ้น Swarbrooke & Horner(2007) อาทิ แหล่งท่องเที่ยวสัมพันธ์กับการให้บริการการต้อนรับ สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง การขนส่งและการค้าปลีก และตลาดการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ และการเพิ่มขึ้นของตลาดที่ไม่หรูหรา การสร้างกิจกรรม เทศกาลและงานอีเวนต์ที่หลากหลาย การเดินทางเพื่อธุรกิจ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศัลยกรรมความงาม และตลาดการประชุมนานาชาติ ตลาดสวนสนุกนานาชาติ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourists satisfaction) JIANG, M. L. (2018) รายงานว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว คือแรงผลักดันเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการตั้งมั่นสัมพันธ์กับแรงภายนอก สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นตามความคาดหวังในแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าแก่การเยี่ยมชม" และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว การจะกลับมาท่องเที่ยวอีก และจะบอกเล่าแนะนำต่อบุคคลอื่นด้วย และผู้ที่มีความเกี่ยวข้องควรสร้างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เพื่อสร้างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบวก และสร้างแรงจูงใจใหม่ เพื่อการปรับปรุงและรักษาความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ศิริจันทร์ ศิริเพชร (2561) ความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการกิจกรรม ด้านวิทยาการผู้ให้บริการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านที่พัก ด้านการรักษาสุขภาพแวดล้อม ด้านราคาของฝาก/ของที่ระลึก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านช่องทางการรับรู้ข่าวสาร การส่งเสริมการตลาด Aliman N.K., et al. (2016) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและความเสี่ยง การรับรู้คุณค่าและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกกับปัจจัยส่วนตัวของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Kerdpitak, C. (2016) มีความพึงพอใจมาก ด้านความไว้วางใจ ด้านความสัมพันธ์ของบุคลากร ด้านคุณภาพการบริการและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว Tapak, et.al., (2019) อุปนิสัยการให้บริการและการต้อนรับ ความพร้อมของสถานที่และค่าใช้จ่ายในการให้บริการเป็นตัวแปรสำคัญสามอันดับแรกในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเมื่อพิจารณาถึงขีดความสามารถของเมืองโบราณ Hamadan สำหรับการท่องเที่ยวที่กำหนดนโยบายสามารถใช้ผลลัพธ์นี้ในการวางแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว

แนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน(Sustainable tourism) สภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลกกำหนดแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว Global Sustainable Tourism Council (2019) แนวทางขั้นพื้นฐานให้หน่วยงานที่รับผิดชอบการบริหารจัดการอย่างบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนสามารถถือปฏิบัติ และเพื่อจะตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีภาพรวมที่ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ(1) การจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีระบบ และรักษาสิ่งแวดล้อม (2) การเพิ่มประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจให้กับเจ้าของชุมชน (3) การเพิ่มประโยชน์ที่ชุมชนพึงได้ รับตลอดจนผู้มาเยือนและมรดกทางวัฒนธรรม (4) ประโยชน์สูงสุดทางสิ่งแวดล้อม MINH DUC LE (2016) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทที่ไม่ใช่แบบตะวันตก (1) มีการคุ้มครองและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร (3) ที่มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น (4) เน้น

สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ด้านสังคมและวัฒนธรรม (5) ผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ สำหรับประเด็นปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานด้านโครงสร้างและด้านวัฒนธรรม อุปสรรคในการปฏิบัติงานรวมถึงการขาดแคลนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการขาดความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่และการบริหารภาครัฐด้านการท่องเที่ยวที่เป็นแบบรวมนศูนย์ Mohaidin, Wei, & Murshid (2017) ทักษะด้านสิ่งแวดล้อม แรงจูงใจ และการบอกต่อปากต่อปาก มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน Foday Drammeh (2014) ความรู้ของชนพื้นเมืองเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมทางสังคมเป็นพื้นฐานของทุนมนุษย์ในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ Vinmalin Virojtrairatt, (2010) พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ง่าย มีความปลอดภัยกับความตั้งใจของชุมชนที่จะได้รับรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและคำนึงถึงความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมคน การเตรียมสถานที่ การสื่อสารและการเตรียมสิ่งพิมพ์และการการดูแลผู้เยี่ยมชม Hoang, T.H.(2013). พบว่ามุมมองของคนในชุมชนไม่พอใจในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ด้านการสนับสนุนทางการเงินแก่ภาคท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต และด้านการกระจายตัวของ ผลประโยชน์อย่างไม่เท่าเทียมกัน ส่วนมิติทางสังคมและทางสิ่งแวดล้อมได้รับการยอมรับจากชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ต่ำมากในหลากหลายและคุณภาพของการท่องเที่ยว แต่มีความพึงพอใจมากที่สุดในสภาวะสิ่งแวดล้อม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิจัยของศิวพร มีนาภา (2562) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน งานวิจัยวิจัยของ วรชมน จันทิษฐ์ (2552) พบว่า พาหนะโดยรถส่วนตัว สมาชิกร่วมเดินทาง 4-5 คน เดินทางแบบครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ไม่เกิน 1,000 บาท ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ และด้านราคา ร้านค้าร้านอาหาร และส่วนอายุและอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร 2552 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาจบปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ปัจจัยด้านพฤติกรรม ส่วนใหญ่ เดินทางมากับเพื่อน กลุ่มท่องเที่ยว 2-5 คน ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาแล้ว 2-4 ครั้ง ท่องเที่ยวแบบวันเดียว ค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 บาท ได้รับข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก ด้านระดับความพึงพอใจ ในโบราณสถานและสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนความปลอดภัยได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด และด้านระดับความพึงพอใจ ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจด้านโบราณสถาน สภาพสิ่งแวดล้อม ราคา ค่าใช้จ่ายสินค้า/บริการ และการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของ Ferguson & Alarcon (2014), Fermani,A., Crespi,A., and Stara,F. (2016) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านประโยชน์ชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของธนินนุช เจริญศรี. (2559) พบว่าการตลาดทางตรงส่งผลต่อการเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การใช้พนักงานขายตรงส่งผลต่อทำให้เกิดความสนใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการเกิดความใส่ใจในข้อมูลที่ได้รับ การเกิดความต้องการเดินทาง และการตัดสินใจออกเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของมธุรา สอนศรี (2559) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับอายุต่างกัน และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึง

พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของ ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ (2559) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จัดตั้งคณะกรรมการ การกำหนดแนวปฏิบัติ การติดตาม ประเมินผลการดำเนินการต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ งานวิจัยของสุวิมล คนไฉ (2562) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในบริการผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยของพุทธพร โคตรภัก (2019) ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ระดับ การศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล งานวิจัยของชวัญดี ศรีไพโรจน์ (2016) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบริการ ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 งานวิจัยของKonstanos. A. (2000) การท่องเที่ยวถูกมองในแง่บวกว่าเป็นทางเลือกในการพัฒนาและสนับสนุนการขยายตัวของการท่องเที่ยวนำมาซึ่งผลกำไรทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การเพิ่มจำนวนประชากร การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม งานวิจัยของกาญจนาพร ไตรภพ (2020) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 งานวิจัยของนุชประวีณ์ ลิขิตศรีนันท์ (2562) ปัจจัยที่มีผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ กระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนในพื้นที่ งานวิจัยของอิทธิกร อนันตกุล (2017) พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ และระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวคิดเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรสร้างแนวทางและรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแนวคิดใหม่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น ให้มาพักแรมมากขึ้น มีกิจกรรมที่หลากหลาย และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรได้รับการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย รวมทั้งกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่สามารถสื่อถึงความเป็นเสน่ห์ของอยุธยา เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอีกทางหนึ่ง วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. ศึกษาแนวคิดเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4. ศึกษาความสัมพันธ์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจและแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 200,000 คน (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2563) ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.2 คน หรือ 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาจากบทความ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามทดลอง (try out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbachs' Alpha Coefficient) หรือ (α -Coefficient) ซึ่ง

เป็นวิธีที่ถูกใช้ในการวัดค่าความเที่ยงอย่างกว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของมาตรวัดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่าในระดับมากกว่า 0.8 ขึ้นไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูง (กัลยา วาณิชยปัญญา, (2554) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นจึงนำไปเก็บข้อมูลต่อไป ซึ่งแบบสอบถามมี 3 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแบบสอบถามส่วนนี้พัฒนาจากแนวคิด United Nations เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน(SGDs 2030) และจาก Global Sustainable Tourism Council หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยว(GSTC for Destinations) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (ONE WAY ANOVA) แบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) ดังนี้ มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญ มากที่สุด 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญ มาก 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญ ปานกลาง 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญ น้อย 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญ น้อยที่สุด ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กันยายน ถึง ตุลาคม 2563

กรอบแนวคิดการวิจัย (Research framework)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

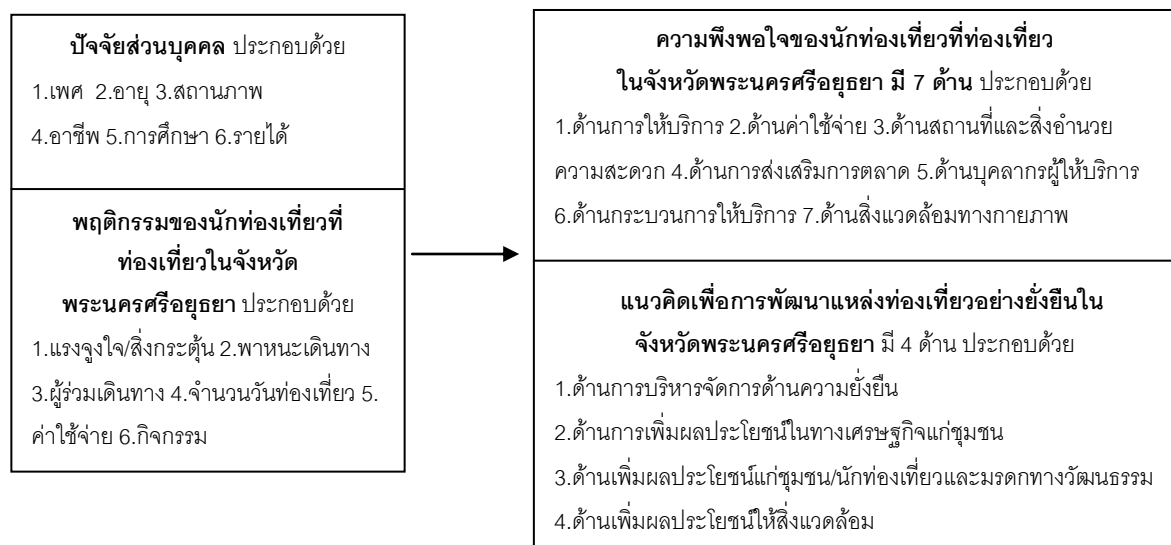


Figure 2 Conceptual framework

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 57.8 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 36.8 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 51.0 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 42.5 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 27.5 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 60.0 มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 46.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 38.5 และที่อยู่อาศัยปัจจุบัน จากจังหวัดในภาคกลาง (ไม่ใช่คนอยุธยา) ร้อยละ 52.75 รองลงมาจากกรุงเทพมหานคร และจังหวัดในเขตปริมณฑล ร้อยละ 21.5 และ 14.25 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเพราะเพื่อนหรือคนใกล้ชิด ร้อยละ 58.3 รองลงมา มาเที่ยวเพราะสื่อ Social Media ร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน ร้อยละ 34.3 รองลงมา มากับครอบครัว ร้อยละ 29.0 และคู่สมรส/แฟน ร้อยละ 27.3 มาท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับไม่ค้างคืน ร้อยละ 82.0 มีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อครั้งระหว่าง 1,001-3,000 บาท ร้อยละ 38.5 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 33.0 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ทำ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เที่ยววัด/ไหว้พระ ร้อยละ 71.0 เที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ร้อยละ 42.3 และเที่ยวตลาดน้ำ/ตลาดโบราณ ร้อยละ 41.3 ตามลำดับ (3) แหล่งท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ กิจกรรมมาทานอาหาร/ซื้อของฝาก ร้อยละ 46.3 ข้อมูลนักท่องเที่ยว ด้านส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวพร มีนาภา (2562) ที่ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน สำหรับด้านพฤติกรรม สอดคล้องกับ Sirakaya & Woodside (2005) บทบาทของกลุ่มใกล้ชิดและครอบครัวในการตัดสินใจและข้อเสนอแนะในการเดินทางของแต่ละบุคคล และสอดคล้องกับ วรชนัน จันทิษฐ์ (2552) ที่ส่วนใหญ่ ใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว สมาชิกร่วมเดินทาง 4-5 คน แบบครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ไม่เกิน 1,000 บาท

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Table 2)

Table 2 Mean and Standard Deviation Assessing the satisfaction of tourists on destinations

Assessing the satisfaction	\bar{X}	S.D.	Level
On Services	3.79	.591	Excellent
On all Expenses	3.74	.640	Good
On Locations and facilities	3.79	.735	Excellent
On Marketing Promotions	3.16	.839	Very poor
On Service providers	3.63	.800	Good
On Service process	3.63	.800	Good
On Physical environments	3.57	.830	Good
Overall assessing the satisfaction of tourists on destinations	3.62	.577	

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ซึ่งมีความพึงพอใจต่อด้านประเมินการให้บริการ และ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มากที่สุด เท่ากัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความพึงพอใจต่อด้านประเมินการให้บริการ ได้แก่ ด้านร้านอาหาร ที่หาง่ายและเพียงพอ ด้านการท่องเที่ยววัด ไหว้พระ ปฏิบัติธรรม มีความน่าสนใจและสะดวก สำหรับความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การเดินทางในการท่องเที่ยวมีความสะดวก สถานที่จอดรถ มีเพียงพอและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Chayanon Kerdpitak (2016) ความพึงพอใจ ความไว้วางใจความสัมพันธ์ของ บุคลากร คุณภาพการบริการ และคุณภาพของสถานที่ และยังสอดคล้องกับ Tapak, et al.(2019) ด้านอุปนิสัยการให้บริการ และการต้อนรับ ความพร้อมของสถานที่ และค่าใช้จ่าย เป็นสามอันดับแรกในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในด้านการส่งเสริมการขาย (อาทิ การลด แลก แจก แถม) ด้านการตลาดทางตรง (ได้แก่ การสื่อสารทางโทรศัพท์ อีเมลล์ จดหมายข่าว) และการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน (อาทิ สื่อออนไลน์ สื่อสารมวลชน วิทยู โททัศน์ และสื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ เป็นต้น) สอดคล้องกับธนินนุช เจริญศรี. (2559) การตลาดทางตรงส่งผลต่อการเกิด ความสนใจในข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การใช้พนักงานขายตรงส่งผลทำให้เกิดความสนใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการเกิดความสนใจในข้อมูลที่ได้รับ ความต้องการเดินทาง และการตัดสินใจออกเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Table 3)

Table 3 Mean and Standard Deviation, The Sustainable tourism Destinations

Criteria	\bar{X}	S.D.	Level
Demonstrate sustainable destination management	4.26	.591	Good
Maximize economic benefits to the host community	4.20	.579	Good
Maximize benefits to communities, visitors, and culture	4.27	.583	Excellent
Maximize benefits to the environment	4.25	.561	Good
Overall the sustainable tourism destination	4.24	.524	

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวมีในระดับสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยมีความคิดเห็นต่อการเพิ่มผลประโยชน์แก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรม มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ได้แก่ ด้านนโยบายและระบบฟื้นฟูรักษาสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมธรรมชาติและภูมิทัศน์ และด้านระบบการจัดการนักท่องเที่ยว มาตรการรักษา ป้องกันและพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ MINH DUC LE (2016) ผลของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ นักท่องเที่ยว ด้านการคุ้มครองและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ด้านผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจสำหรับชุมชนในท้องถิ่น ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้าน ผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน สำหรับความคิดเห็นต่อการเพิ่มผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจแก่ชุมชน มีระดับความสำคัญ มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ได้แก่ ด้านการสำรวจความคิดเห็นและความพึง

พอใจของชุมชน และด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และสาธารณชนมีส่วนร่วมและสนับสนุนชุมชนและริเริ่มโครงการแห่งความยั่งยืนต่างๆ สอดคล้องกับ ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์ (2559) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จัดตั้งคณะกรรมการ การกำหนดแนวปฏิบัติ การติดตามประเมินผลการดำเนินการต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ สอดคล้องกับ Konstanos. A. (2000) ผลการวิจัย การท่องเที่ยวถูกมองในแง่บวกว่าเป็นทางเลือกในการพัฒนาและสนับสนุน การขยายตัวของการท่องเที่ยวซึ่งผลกำไรทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การเพิ่มจำนวนประชากร การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน (Table 4)

ตาราง 4 Hypothesis test results, Satisfactions of Tourists' information on destinations

Tourist destinations' satisfaction	Gender	Age	Status	Occupation	Education	Income
1. On Services	.190	.029*	.599	.486	.657	.343
2. On all expenses	.334	.754	.633	.691	.855	.582
3. On Location and facilities	.965	.000*	.055	.001*	.054	.125
4. On Marketing promotions	.182	.664	.136	.267	.441	.405
5. On service providers	.601	.029*	.401	.307	.052	.194
6. On Service Processing	.601	.029*	.401	.307	.052	.194
7. On Physical Environments	.949	.345	.855	.525	.196	.072
Overview of the satisfaction assessment of tourists on destinations	.932	.041*	.264	.483	.230	.169

* significant level $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.50) มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 19 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.75) พึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.65) และพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 3.64) สอดคล้องกับมธุรา สอนศรี (2559) นักท่องเที่ยวที่มีระดับอายุต่างกัน และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านอายุกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 4.00) มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.76) และมีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.70) นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.70) สอดคล้องกับ สุวิมล คนไฉ (2562) ปัจจัยส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในบริการผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.53) มีความพึง

พอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 19 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.06) พึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.87) พึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.83) และพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 4.12) สอดคล้องกับ พุทธพร โคตรภัก (2019) ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ระดับ การศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.46) มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 19 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.82) พึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.69) และพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 3.84) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับขวัญดี ศรีไพโรจน์ (2016) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบริการ ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และด้านอาชีพกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการ /รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย = 3.69) มีความพึงพอใจน้อยกว่าประกอบธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ยังพึงพอใจน้อยกว่านักเรียน นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย = 3.97) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง (ค่าเฉลี่ย = 3.53) มีความพึงพอใจน้อยกว่าอาชีพพนักงานองค์กร / เอกชน (ค่าเฉลี่ย = 3.84) และยังพึงพอใจน้อยกว่าประกอบธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย = 3.94) เช่นกัน สอดคล้องกับ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ด้านระดับความพึงพอใจ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจ ด้านบริการในโบราณสถาน ด้านสภาพสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายราคาสินค้า/บริการ และผู้ให้บริการ ที่มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับแนวคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน (Table 5)

Table 5 Hypothesis test results, Satisfaction of Tourists' information on Sustainable tourist destinations'

Concept	Gender	Age	Status	Occupation	Education	Income
Sustainable tourist destinations'						
1. Demonstrate sustainable destination management	.094	.443	.334	.535	.261	.039*
2. Maximize economic benefits to the host community	.040*	.009*	.137	.055	.218	.005*
3. Maximize benefits to communities, visitors, and culture	.206	.205	.265	.127	.113	.002*
4. Maximize benefits to the environment	.203	.040*	.023*	.123	.284	.001*
Overall of Concept of sustainable tourism development Of tourists	.074	.052	.142	.133	.172	.002*

* significant level $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 พบว่า ข้อมูลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านรายได้ต่อเนื่องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกด้าน ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านการบริหารการจัดการด้านความยั่งยืน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.50) มีความคิดเห็นในด้านนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.17) และมีความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.27) สอดคล้องกับอิทธิกร อนันตกุล (2017) ประชาชนที่มีเพศอายุ และระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการเพิ่มผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.50) มีความคิดเห็นในด้านนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และมีความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.19) สอดคล้องกับนุชประวีณ์ ลิขิตศรีธัญ (2562) ปัจจัยที่มีผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อ แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ กระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนในพื้นที่ ด้านการเพิ่ม ผลประโยชน์แก่ชุมชน นักท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.59) มีความคิดเห็นในด้านนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.19) และมีความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ด้านการเพิ่ม ผลประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.58) มีความคิดเห็น ในด้านนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.14) และมีความคิดเห็นมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่ง ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.54) มีความคิดเห็นในด้านนี้มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.16) และมีความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย = 4.25) สอดคล้องกับกาญจนาพร ไตรภพ (2020) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างยั่งยืนของจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับเพศกับแนวคิดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเฉพาะด้านการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศทางเลือก (ค่าเฉลี่ย = 4.62) มีความคิดเห็นด้านนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาย (ค่าเฉลี่ย = 4.21) และนักท่องเที่ยวหญิง (ค่าเฉลี่ย = 4.17) ด้านอายุกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเฉพาะ ด้านการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและด้านการเพิ่มผลประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวที่มี อายุ น้อยกว่า 19 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.47) มีความคิดเห็นในด้านนี้มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.14) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.15) และยังมีความคิดเห็นมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.19) อีกด้วย ด้านสถานภาพกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน เฉพาะด้านการเพิ่มผลประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ โสด (ค่าเฉลี่ย = 4.32) มีความคิดเห็นในเรื่องนี้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ แต่งงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.19) และมีความคิดเห็นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้าง (ค่าเฉลี่ย = 4.07) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Reinsberg and Vinje, (2010) ผลการวิเคราะห์ทางสถิตินักท่องเที่ยว เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูง และรายได้ต่อเนื่อง กับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Ferguson & Alarcon (2014) Fermani,A., Crespi,A., and Stara,F. (2016) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านประโยชน์ชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุป

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานเอกชน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท และที่อยู่อาศัยปัจจุบันจังหวัดในภาคกลาง (ไม่ใช่คนอยุธยา) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยว ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับสำคัญมาก ด้านประเมินการให้บริการ และ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มากที่สุด แนวคิดเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาพรวมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวมีในระดับสำคัญมากที่สุด ด้านการเพิ่มผลประโยชน์แก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรม มากที่สุด ความสัมพันธ์ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจและแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และข้อมูลนักท่องเที่ยวกับแนวคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ด้านรายได้ต่อเดือนกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนด้านเพศกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเฉพาะด้านการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน ด้านอายุกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเฉพาะด้านการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและด้านการเพิ่มผลประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม และด้านสถานภาพกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเฉพาะด้านการเพิ่มผลประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นต้น

คำขอบคุณ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ รศ.ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ผศ.ดร.อมรา รัตตากร และ ผศ.ดร.ศรินทร์ ชันดีวัฒนกุล ที่ให้คำปรึกษาและตรวจแก้ไขในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: อรรถนิเวศ.
- กาญจนาพร ไตรภพ และพิเศษ ชัยดิเรก. (2020) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.rsujournals.rsu.ac.th
- ขวัญดี ศรีโพธิ์ และละอียด ศิลาน้อย. (2016). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค: กรณีศึกษา ตลาดเกาะกัลยา อำเภอมะนังจังหวัดระยอง. สืบค้น 3 มีนาคม 2564, จาก www.so02.tci-thaijo.org
- ธนิษฐ เวงรังษี.(2559). เครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.dspace.bu.ac.th.
- นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์. (2562). ผลกระทบทางการท่องเที่ยวต่อชุมชนรอบบริเวณอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.he02.tci-thaijo.org.
- บุญชัย อาสภิสสิทธิ์. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้น 26 มกราคม 2564 จาก www.islocal.ru.ac.th.
- ปวีณา ทวีวงศ์ไพฑ. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้น 5 มกราคม 2564 จาก www.dspace.bu.ac.th

- พุทธพร โคตรภัทร และคณะ. (2019). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Alexander จังหวัดอุบลราชธานี สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.tci-thaijo.org ›
- มธุรา สอนศรี.(2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี สืบค้น 3 มีนาคม 2564, จาก www.tci-thaijo.org ›
- วรรณมน จันทดิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิรินทร์ ศิริเพชร และคณะ. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชุมชนบ้านคิ่ววัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช (รายงานผลงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศิรินันทน์ พงษ์นิรันดร์. (2559). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้น 3 มีนาคม 2564. จาก <https://so04.tci-thaijo.org/>
- สุวิมล คนไฉ และพันธวิทย์ รวยรัมย์. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.spu.ac.th
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2559) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี
- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2563). แผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ฉบับปี พ.ศ.2561-2565 (ฉบับทบทวนปี พ.ศ.2564) พระนครศรีอยุธยา: สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2563). ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563, จาก http://ayuttaya.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&id=102&Itemid=507
- ศิวพร มีนาภา. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้น 15 ธันวาคม 2563 จาก www.dspspace.bu.ac.th
- อิทธิกร อนันตกุล. (2017). ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก www.cr.mcu.ac.th
- Aliman N. K, et al., (2016). Tourists' Satisfaction with a Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island. (research report) International Journal of Marketing Studies; Vol. 8, (3); 173-188
- Ferguson, L. and Alarcon, D.M. (2014). Gender and sustainable tourism: reflections on theory and practice Journal of Sustainable Tourism 23(3), 401-416: from https://www.researchgate.net/publication/272425502_Gender_and_sustainable_tourism_reflections_on_theory_and_practice
- Fermani,A., Crespi,A., and Stara,F. (2016). Sustainable hospitality and tourism at different ages: Women's and men's attitudes in Italy. Research in Hospitality Management 2016, 6(1): 83–92., from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2989/RHM.2016.6.1.11.1299>
- Hoang, T.H. (2013). Sustainable Tourism Development - the Gap between Reality and Vision analysed by the Example of Sam S on (Vietnam) (Doctoral dissertation). Greifswald University, Greifswald.
- JIANG, M. L., (2018). A STUDY OF CHINESE TOURISTS' MOTIVATION, SATISFACTION, LOYALTY: THE CASE STUDY OF BANGKOK, THAILAND. (Master research), Thammasat university, Thailand.
- Kerdpitak, C.,& Heuer K. (2016). Key Success Factors Of Tourist Satisfaction In Tourism Services Provider. The Journal of Applied Business Research, July/August 2016 Volume 32, (4), 1237-1242
- Konstantinos. A. (2000). LOCAL COMMUNITY PERCEPTIONS OF TOURISM AS A DEVELOPMENT TOOL : THE ISLAND OF CRETE สืบค้น 3 มีนาคม 2564 จาก http://eprints.bournemouth.ac.uk/401/1/Konstantinos_Andriotis.pdf
- Gilbert, D.C. (1991). An examination of the consumer behavior process related to tourism. In C.P. Cooper (Ed.), Progress in tourism, recreation and hospitality management. London, England: Belhaven.

- Global Sustainable Tourism Council, (2019). The Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations; from
(<https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Criteria-for-Destinations-2.0-Thai.pdf>)
- Middleton, V.T.C. (2001). Marketing in travel and tourism. Oxford, England: Butterworth-Heinemann.
- MINH DUC LE. (2016). DEVELOPING SUSTAINABLE TOURISM: CRITICAL PERSPECTIVES FROM BARIA-VUNGTAU PROVINCE, VIETNAM. (Doctoral dissertation) The University of Bedfordshire. From
[https://uobrep.openrepository.com/bitstream/handle/10547/623353/Le_repository+ version. pdf? sequence=1](https://uobrep.openrepository.com/bitstream/handle/10547/623353/Le_repository+version.pdf?sequence=1)
- Mohaidin, Z., Wei, K.T., Murshid, M.A. (2017). Factors influencing the tourists' intention to select sustainable tourism destination: a case study of Penang, Malaysia. *International Journal of Tourism Cities*, Volume 3 Issue 4; Retrieved 10 December 2020, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-11-2016-0049/full/html>.
- Morrison, A.M. (2002). Hospitality and travel marketing. Albany, Alastair M. Morrison
- Reinsberg, C and Vinje, L, (2010). Characterizing environment friendly tourists. (Master's thesis) University of Stavanger. From <https://core.ac.uk/download/pdf/52079123.pdf>
- Schmolls, G.A. (1977). Model of the Travel Decision Process. London, Tourism International Press.
- Sharpley, R. (2003). Tourism, tourists & society (3rd ed.). Huntingdon, England, ELM.
- Sirakaya, E. and Woodside, A.G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers, *Tourism Management*, Vol. 26, (6) , 815-832.
- Swarbrooke, J.S., & Horner, S. (2007). Consumer behavior in tourism.(2 nd ed.). Oxford, England,Butterworth-Heinemann
- Tapak, L., Abbasi, H. & Mirhashemi, H. (2019). Assessment of factors affecting tourism satisfaction using K-nearest neighborhood and random forest models. *BMC Res Notes* 12, Retrieved 23 October 2020; from <https://bmcrsnotes.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13104-019-4799-6>
- Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rdEd. New York; Harper and Row Publications.
- United Nation (2019). Sustainable development. Retrieved 15 October 2020, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>
- United nation world tourism organization. (2020). Tourist destination. Retrieved 15 October 2020, from <https://www.unwto.org/tourism-and-culture/>
- Vinmalin Virojtrairatt. (2010). Community Pre-empowering for Tourism ; Sustainable Tourism Management guideline amphoe mae chaem , Chiang Mai, Thailand. (Master degree); Silpakorn University , Retrieved 20 December 2020; from [http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/ Vimalin_Virojtrairatt/Fulltext.pdf](http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/Vimalin_Virojtrairatt/Fulltext.pdf)