

ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน
พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

นราธิป สิงห์สูง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

**Factors in selecting destination of Thai tourists travelling to
King Narai's Palace, Lopburi**

Naratip Singsoong

**A Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality,
Dhurakij Pundit University**

2020



ใบรับรองสารนิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์
ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

เสนอโดย นายนราธิป สิงห์สูง

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ
(ผศ.ดร.วรรณา ศิลปอาชา)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ขุบชูวงศ์)

วันที่ 30 เดือน ๑๒.๐๖ พ.ศ. 2563

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี
ชื่อผู้เขียน	นราธิป สิงห์สูง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในช่วงที่สำรวจ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.90 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยการทดสอบค่า (F-test) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เมื่อพบความจะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบของเชฟเฟ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี และอายุระหว่าง 46 – 50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือมีการศึกษาระดับ ปวส. และมีการศึกษาระดับมัธยมหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ ประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และส่วนใหญ่มิรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง

10,000 – 20,000 บาท รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท

2. ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

Thesis Title	Factors in selecting destination of Thai tourists travelling to King Narai's Palace , Lopburi
Author	Narathip Singsoong
Thesis Advisor	Dr. Anan Cheawchankitjakarn
Department	Tourism management
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objective of this study on the Factors in selecting destination of Thai tourists travelling to King Narai's Palace , Lopburi was 1) to study the factors in choosing to travel for Thai tourists, a case study of Thai tourists traveling to Phra Narai Ratchaniwet in LopBuri province, and 2) to compare the factors in choosing to travel for Thai tourists, a case study of Thai tourists traveling to Phra Narai Ratchaniwet in LopBuri province classified by personal data such as gender, age, education level, occupation, and average monthly income.

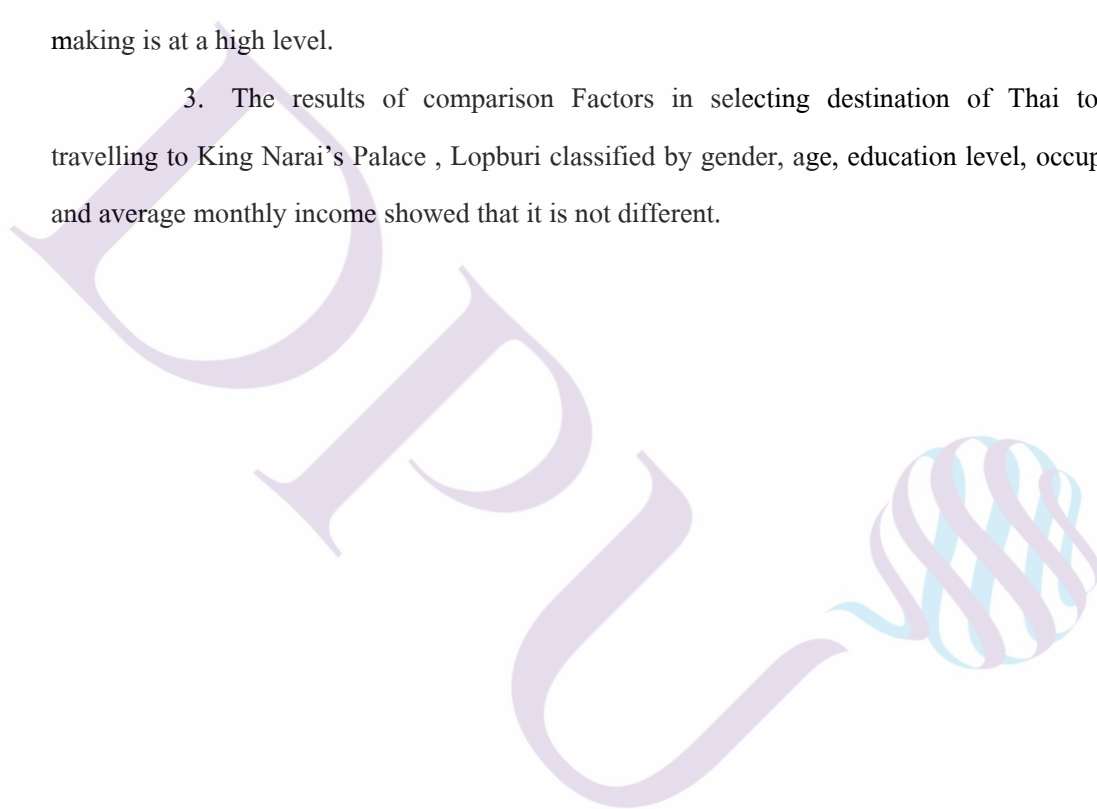
Regarding the method of research, the sample group used in the study was 400 Thai tourists who traveled to the Phra Narai Ratchaniwet in LopBuri province during the survey. The instrument used in this study is a questionnaire for data collection with Cronbach's Alpha confidence at 0.90. The data was analyzed by finding mean, standard deviation, t-test classified by personal data. One-way variance was analyzed by F-test classified by personal data. After that, compare the differences in the paired average by Sheffe's test.

The results of the study showed that

1. In terms of the personal data of the respondents, most of them were female and aged between 31 - 35 years, followed by aged between 36-40 years and aged between 46-50 years. Most of them have a bachelor's degree, followed by a high vocational education and secondary or lower education. Most of their jobs were employees / employees of private companies, followed by civil service / state enterprises and private businesses. Most of them have average monthly income between 10,000 - 20,000 baht, followed by average monthly income between 20,001 - 30,000 baht and average monthly income between 30,001 - 40,000 baht.

2. Factors in selecting destination of Thai tourists travelling to King Narai's Palace, Lopburi in all aspects about the level of decision making are at a high level. When considering each aspect by sorting the mean from highest to lowest, the highest mean is the tourist attraction which the level of decision making is at a highest level. Next, it is the facilities in tourist attractions which the level of decision making is at a high level, the format of the service, which the level of decision making is at a high level, the services that tourists should receive which the level of decision making is at a high level, the transportation to reach tourist attractions which the level of decision making is at a high level, and tourism activities which the level of decision making is at a high level.

3. The results of comparison Factors in selecting destination of Thai tourists travelling to King Narai's Palace , Lopburi classified by gender, age, education level, occupation and average monthly income showed that it is not different.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้เรื่อง “ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่านอาจารย์ ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่จะทำการศึกษาค้นคว้า ให้ความรู้ด้านวิชาการ ด้านเทคนิคและข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ รวมทั้งที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง ผู้ทำวิจัยซึ่งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

เหนืออื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ซึ่งเป็นผู้มีพระคุณของผู้วิจัย ที่เคยให้ข้อคิดในเรื่องการศึกษาและปูพื้นฐานการศึกษาให้เห็นถึงความสำคัญ ตลอดจนเคยให้ความสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุด อีกทั้งยังขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์นี้เป็นอย่างดีเสมอมา

ในท้ายที่สุดนี้ ต้องขอระลึกถึงความกรุณาของคณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่เป็นผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษาในตอนต้น รวมทั้งให้คำแนะนำในการประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และการทดสอบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ รวมทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นราธิป สิงห์สูง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่ออังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๐
สารบัญภาพ.....	๑๑
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 ตัวแปรของการวิจัย.....	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์.....	21
2.3 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว.....	23
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation).....	28
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว.....	32
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดลพบุรี.....	37
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	48
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	48
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	49
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 การวิเคราะห์และการแปลผลความหมายข้อมูล.....	51
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
5.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	70
5.2 วิธีดำเนินการศึกษา.....	70
5.3 สรุปผล.....	72
5.4 อภิปรายผล.....	75
5.5 ข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	84
ภาคผนวก.....	88
ประวัติผู้เขียน.....	94

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว.....	56
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	57
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว.....	58
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ.....	59
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	60
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ.....	61
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวม.....	62
4.9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ.....	63
4.10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ.....	65
4.12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	66
4.13 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ.....	67
4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ.....	68
4.15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	69

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	13
2.2 ตราประจำจังหวัดลพบุรี รูปพระนารายณ์ประทับบนพระปรางค์สามยอด.....	37
2.3 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี.....	39
2.4 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์.....	40
2.5 หอศิลปะพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์.....	42
2.6 ผนังใหญ่เรื่องรามเกียรติ์.....	42
2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	47



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก มีมูลค่ากว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ประกอบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสถานการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560: น. 4)

ในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยมีเป้าหมายดังนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล กระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาโดยการส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว อาทิ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพ การเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนานั้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน ถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความ

เป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560: น. 24 - 25)

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งจากกระแสด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือการถูกจัดให้เป็นกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มุ่งรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยมีการสนับสนุนการกำหนดจุดขายที่ชัดเจนและเชื่อมโยงให้เกิดการเกี่ยวพันกันภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ต่อประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยวนั้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ ชมซากอารยธรรม โบราณสถานต่าง ๆ อนุสาวรีย์อนุสรณ์สถาน สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

ในปัจจุบันตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2561 มีเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 152 ล้านคน/ครั้ง ขยายตัวร้อยละ 4.39 จากปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทยรวม 930,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.42 จากปีที่ผ่านมา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ซึ่งจากสถิติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ พบว่ามีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรีเพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจนจากปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,010,379 คน ปี พ.ศ. 2561 จำนวน

1,020,954 คน และมีแนวโน้มในปี พ.ศ. 2562 คาดการณ์ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่า 2 ล้านคน (สำนักงานสถิติจังหวัดลพบุรี, 2561)

จากสถิติการท่องเที่ยวทำให้เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติไทยเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นผลดีและมีบทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติไทย ยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ และการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมได้อีกด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงเมืองที่มีความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวและเอกลักษณ์เฉพาะทางประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ พบว่าลพบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีการค้นพบหลักฐานของการสร้างเมืองซ้อนเมืองกันหลายครั้งตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนกระทั่งสมัยรัตนโกสินทร์ ลพบุรีจึงเป็นเมืองที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์มาตลอด เมืองลพบุรีนี้ อาจจะเป็นเมืองเดียวในประเทศไทยที่มีการพัฒนาของการอยู่อาศัยสืบเนื่องต่อกันมายาวนานถึงสามพันปี ดังจะเห็นได้จากพระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ เป็นอีกหนึ่งสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ที่มีชื่อเสียง ตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี โดยชาวเมืองลพบุรี ได้เรียกชื่อสถานที่แห่งนี้จนติดปากว่า “วังนารายณ์” ปัจจุบันได้จัดพื้นที่บางส่วนภายในวังให้เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ สถานที่สำหรับจัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุตามอาคารและพระที่นั่งต่าง ๆ ภายในพิพิธภัณฑสถานเป็นจำนวนกว่าพันรายการ ซึ่งนับเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งที่ลำดับที่ 3 ของประเทศไทยอีกด้วย โดยมีประวัติความเป็นมาคือพระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ เกิดขึ้นในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2209 สำหรับใช้เป็นที่ประทับ ณ เมืองลพบุรี เพื่อใช้เป็นที่ประทับในการล่าสัตว์ ออกว่าราชการ รวมทั้งต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง แต่หลังจากที่สมเด็จพระนารายณ์ฯ ทรงสวรรคตในปี พ.ศ. 2231 พระที่นั่งสุทธารสวรรค ที่ตั้งอยู่ภายในก็ได้หมดความสำคัญลง สมเด็จพระเพทราชา กษัตริย์องค์ใหม่ ก็ได้ย้ายหน่วยราชการทั้งหมดกลับกรุงศรีอยุธยา หลังจากนั้นก็ไม่มียกย่องพระองค์ใดไปประทับอีกเลย ต่อมาในรัชสมัยของสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงพระราชกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีการซ่อมแซมกำแพงเมือง, ป้อม และประตู รวมทั้งมีการสร้างพระที่นั่งวิมามงกุฎในพระราชวัง พร้อมทรงพระราชทานนามพระราชวังว่า “พระนารายณ์ราชนิเวศน์” ในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานลพบุรี, 2560)

ลพบุรีจึงแปรสภาพเป็นเมืองสำคัญอีกวาระหนึ่ง ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ลพบุรีได้รับการทำนุบำรุงอีกครั้งหนึ่ง ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งได้สร้างเมืองลพบุรีใหม่ให้เป็นเมืองทหารอยู่ทางด้าน ทิศตะวันออก ของทางรถไฟ แยกจากตัวเมืองเดิม มีอาณาเขตกว้างขวาง ส่วนเมืองเก่านั้นอยู่ทางด้านทิศตะวันตก ของทางรถไฟ เมืองลพบุรีจึงเป็นศูนย์กลางสำคัญทางยุทธศาสตร์เมืองหนึ่ง พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ในเมืองลพบุรี ของจังหวัด

ลพบุรี เคยเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายสมัย เดิมเรียก ละโว้ นับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ มีหลักฐานที่สำคัญคือ พระปรางค์สามยอด ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมืองลพบุรี เป็นศิลปะเขมรสมัย ปลายอยุธยา พุทธศตวรรษที่ 18 และมีศาลพระกาฬ ซึ่งเก่าแก่ในสมัยเดียวกัน ซึ่งสถานที่แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในเมืองลพบุรี นั้นประกอบไปด้วย โบราณสถานมากมาย เช่น พระนารายณ์ราชนิเวศน์ บ้านวิชาเยน พระปรางค์สามยอด ปรางค์แขก เพนียดคล้องช้าง วันสันเปาโล พระที่นั่งไกรสรสีหราช ศาลพระกาฬ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานลพบุรี, 2560) ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในเมืองลพบุรีนั้นเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มากขึ้น และยังมีความน่าสนใจในกิจกรรม ซึ่งมีความเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในเมืองลพบุรี ว่าสิ่งต่าง ๆ มีความดึงดูดใจและมีปัจจัยใด ๆ ในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานในเมืองลพบุรี จึงทำให้ข้าพเจ้าสนใจที่จะทำวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.3 ตัวแปรของการวิจัย

1.3.1 ตัวแปรอิสระทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.3.2 ตัวแปรตาม คือ

ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การจัดรูปแบบการให้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกเดินทางแตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

สำหรับการศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในที่ พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 2,000,000 คน โดยอ้างอิงจากคาดการณ์ว่าจะมี นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในปี พ.ศ. 2562 (สำนักงาน สถิติจังหวัดลพบุรี, 2561)

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ใช้เขตพื้นที่พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี เป็นหน่วย วิเคราะห์

1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด จำนวน 400 คน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ การศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเลือกเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ได้แก่ องค์ประกอบพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว 6 ด้าน คือ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) การจัดรูปแบบการให้บริการ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา ได้แก่ ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2562 รวมเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กร และสมาคม สามารถนำผลการวิจัยและข้อค้นพบทางการวิจัยมาเป็นประโยชน์ต่อการอ้างอิงหรือใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยหรืองานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรีได้

1.6.2 ได้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี เพื่อใช้ในการวางแผนการบริหารงานบริการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

1.6.3 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี เป็นนักท่องเที่ยวประเภทพักรแรมและไม่พักรแรม ในช่วงเวลาการสำรวจ

1.7.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งเป็นสาเหตุของพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการกระทำต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจากที่ตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกโดยพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ด้าน ที่ก่อให้เกิดการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) การจัดรูปแบบการให้บริการ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากความงามตามธรรมชาติ มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสาร เป็นต้น

4) การจัดรูปแบบการให้บริการ (Available Packages) หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ผู้ให้บริการท่องเที่ยวจัดไว้สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้เลือกรับบริการ

5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว

6) การบริการที่นักท่องเที่ยวกควรได้รับ (Ancillary Service) หมายถึง บริการสำหรับนักท่องเที่ยวก เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.7.3 การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดและปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการของมนุษย์เพื่อตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ซึ่งประกอบด้วย สิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ทักษะคิด ข้อมูลข่าวสาร ความเชื่อ ความเสี่ยง ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ซึ่งแต่ละคนต้องใช้ประกอบในการตัดสินใจ สามารถเติมเต็มช่องว่างในจิตใจของมนุษย์ให้ได้รับความสุนทรียภาพและความพึงพอใจได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยว



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี” ทั้งนี้ผู้ศึกษาต้องการค้นคว้าหาข้อมูลโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และตลอดจนผลงานด้านการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษาในครั้งนี้ แนวคิดเอกสารต่าง ๆ มีดังนี้คือ

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 2.1.1 ความหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 2.1.4 ประเภทของนักท่องเที่ยว
 - 2.1.5 ประเภทการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
 - 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
 - 2.2.2. มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
 - 2.2.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
- 2.3 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation)
 - 2.4.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.4.2 ประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - 2.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดลพบุรี
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542: น. 2-5) ได้กล่าวถึงคำว่าการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่ง ที่มักหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ฉลองศรี พิมลสมพงค์ (2542: น.17) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่งของบุคคล ก็คือการได้ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วยส่วนที่เป็นตัวสินค้า นั่นก็คือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และส่วนที่เป็นการบริการก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นั่นเอง

ทัศนวรรณ วิบุตขมานนท์ (2544: น. 27) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวก็ถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าการท่องเที่ยว นั่นคือการที่จะเข้าใจว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและลักษณะในการท่องเที่ยวอย่างไร รวมทั้งมีปัจจัยใดบ้างที่จะมาเป็นตัวกำหนดการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าว และจากการที่มนุษย์เป็นเจ้าของเวลา ดังนั้นจึงสามารถเลือกได้ว่า จะใช้เวลาใดในการทำงานหรือการพักผ่อน เพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุด ซึ่งความพอใจของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน บางคนได้รับความพอใจจากการทำงาน แต่บางคนได้รับความพอใจจากการพักผ่อนมากกว่า

รุจยา คำพรรณ (2546: น. 15) ได้สรุปว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกิจริยาใด ๆ ของนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความต้องการของต่อละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่ง โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ในขณะที่องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเจตนาใจที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางสำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง ต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: น. 1)

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

แมคอินทอช, และ โกลเดนเนอร์ (McIntosh & Goeldner, 2010: p. 1) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง ผลรวม ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือน

สำหรับการศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้สรุปคำจำกัดความของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน บันเทิงรื่นรมย์และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทาง (Voluntary) ไม่ใช่เป็นการบังคับ และเดินทางจากที่อยู่อาศัยปัจจุบันไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary) แต่ไม่ใช่ไปตั้งรากฐานประจำ

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

จันทน์ วรรณธอม, (2552: น. 1) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ทำให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สร้างงานและอาชีพ เป็นการแก้ปัญหาการว่างงานนอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยและเป็นการสร้างสรรค์ความเจริญให้สังคม

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยขยายขอบเขตการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากร วัฒนธรรม ตลอดจนทำให้สาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. ก่อให้เกิดการจ้างงาน
2. ช่วยให้เกิดผลิตภัณฑ์ประชาชาติในประเทศเพิ่มขึ้น
3. ช่วยลดปัญหาดุลการค้าและดุลการชำระเงิน
4. เป็นแหล่งให้เกิดการออมและการสะสมทุน
5. ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนสะดวกสบายขึ้น
6. ก่อให้เกิดผลกระทบไปสู่การผลิตสาขาอื่น
7. ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายทรัพยากรธรรมชาติ
8. ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสถาบันการเงิน
9. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2554: น.10-12) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้

1.1 ความสำคัญด้านเศรษฐกิจของประเทศ

1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

2) รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูงในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

6) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

1) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

4) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำ หรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

5) การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

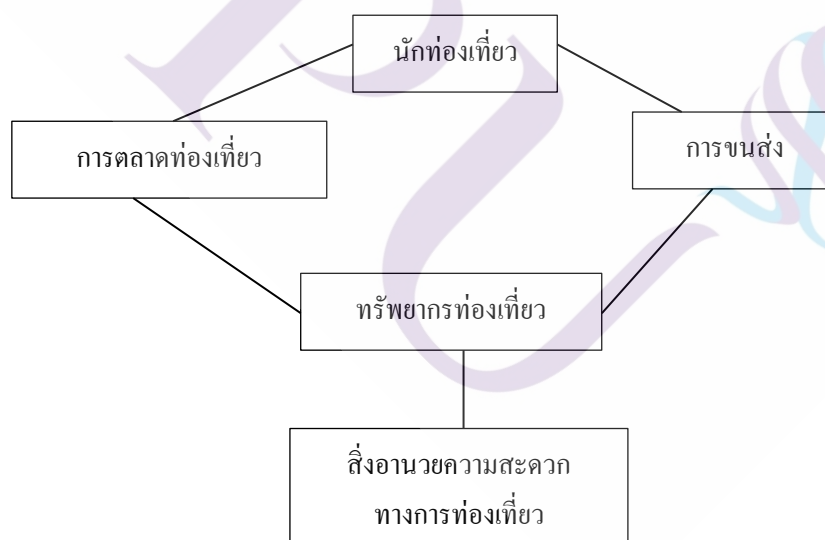
1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

1) การเดินทางที่วกอ้อมให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใดที่นั่นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

2) การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศ ทำให้ได้รู้จักคุ้นเคย รู้ปัญหา พังพาดสัยกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรีและความสงบสันติสุขในโลก

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546: น. 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร คือ



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ที่มา : ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546: น. 9)

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พักค้างในราชอาณาจักรไทย

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศค้างคืน (international tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (international excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีได้เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (domestic tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยอยู่ในปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (domestic excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเองแล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ 2 วิธี คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว

2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น ใ้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ และกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

3.1 การขนส่งทางรถยนต์

3.2 การขนส่งทางรถไฟ

3.3 การขนส่งทางเรือ

3.4 การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งที่มีความสามารถตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำน้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

4.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้นั้นในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สถาปัตยกรรมในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

5.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประกอบด้วย 2 อย่าง คือ

1) การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่าย กระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

2) การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยวรัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือว่าเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษาและการสาธารณสุข

2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน การเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม และความเดือดร้อนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นชิงทรัพย์สิน การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมหรือสนับสนุนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการรักษาพยาบาล

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร คือ

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่สถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว และผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินก็ไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวเช่นกัน

1.2 นักทัศนจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางด้วยความสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนจร แต่ผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินจะไม่นับว่าเป็นนักทัศนจร

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในนั้น จะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวเพื่อชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้ว ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนาการขนส่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเรือ และทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ป่าไม้ ชายทะเล น้ำตก ฯลฯ

4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นในสมัยอดีตรวมไปถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประวัติและความเป็นมาของสถานที่นั้น และมีผลดึงดูดให้คนไปเยือนพื้นที่นั้นในปัจจุบัน เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ ฯลฯ

4.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตผู้คนในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ งานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ ฯลฯ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้ เป็น 2 ประเภท คือ

5.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยตรงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ เช่น การตรวจหนังสือเดินทางท่องเที่ยว เช่น บริการที่พักแรม บริการอาหาร บริการนำเที่ยว บริการขนส่ง บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่ได้มีการท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชน ส่วนการให้บริการนักท่องเที่ยวก็ถือเป็นผลพลอยได้ เช่น การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การรักษาความปลอดภัย และการรักษาพยาบาล ฯลฯ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

2.1.4 ประเภทของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องของประเภทของนักท่องเที่ยวก่อน เนื่องจากว่าในปัจจุบันนี้ รูปแบบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเอง ได้เปลี่ยนแปลงไปมากเนื่องจากปัจจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้เกิดนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้แล้วแต่ความสามารถของผู้จัดสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือการจัดรายการนำเที่ยวรูปแบบใดจะตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ ได้มากที่สุด สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) ได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ที่สำคัญคือ

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในประเทศ (Inbound Tourist) คือการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือองค์กรรัฐมากที่สุด เพราะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศไทย นักท่องเที่ยว

กลุ่มนี้ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐรองลงมาจากกลุ่มแรก แต่จัดเป็นเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพมากเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในประเทศไทยเมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยริเริ่มโครงการ “ไทยเที่ยวไทย” ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทำให้เกิดการใช้จ่ายเงินมากขึ้น เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจภายในประเทศด้วย

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tourist) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ๆ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากสถานะการแข่งขันของบริษัทจัดนำเที่ยวต่างประเทศ ภายในประเทศไทยเอง และการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ต่างก็พยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวยังประเทศของตนส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานะทางเศรษฐกิจดีสามารถเดินทางไปได้

4. นอกจากการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามลักษณะดังกล่าวข้างต้นแล้ว ได้มีนักจิตวิทยาหลายด้านได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกในการเดินทางท่องเที่ยว ไว้หลายลักษณะเช่นกัน

โคเฮน (Cohen, 1972) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคมมาจัดประเภทนักท่องเที่ยว เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม (Organized Mass Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง ที่พัก อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ไว้เรียบร้อยแล้วโดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องวางแผนการเดินทางเอง นักท่องเที่ยวนั้นต้องการเพียงการพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินและความแปลกใหม่ โดยไม่ได้คาดหวังว่าจะต้องได้รับความรู้ หรือ ทำความเข้าใจกับชุมชนท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระ (Individual Mass Tourists) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีผู้นำเที่ยว แต่อาจจะใช้บริการจากบริษัทจัดนำเที่ยวในการสำรองที่พัก หรือ การทำกิจกรรมอื่น ๆ แต่จะวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการคล้ายกับกลุ่มแรก คือ ต้องการเดินทางไปสถานที่ ที่มีชื่อเสียง สวยงาม สะดวกสบาย และต้องการ การพักผ่อน และความสนุกสนานจากการเดินทางเท่านั้น

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจาก 2 กลุ่มแรก คือ จะหลีกเลี่ยงเส้นทาง หรือสถานที่ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่จะแสวงหาเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักไม่ต้องการความสะดวกสบายหรือความ

สนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยวมากนัก แต่ต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายคือความมุ่งมั่นของตน (Self Actualization) และมีความสนใจที่จะศึกษาทำความเข้าใจเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่จากวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น

4. นักเดินทางอาสาสมัคร (Drifter) นักเดินทางกลุ่มนี้มีพฤติกรรมคล้ายกับนักสำรวจ คือ เดินทางโดยลำพัง และไม่ใช้บริการจากบริษัทจัดนำเที่ยว ไม่สนใจในสถานที่ที่มีชื่อเสียงและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไม่เดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ในฐานะนักท่องเที่ยวแต่ไปในฐานะเช่นเดียวกันกับคนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นักเดินทางอาสาสมัครจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักสำรวจ คือ นักเดินทางอาสาสมัครไม่เพียงแต่ศึกษาและเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น แต่จะใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับคนท้องถิ่น หรือ คนในสังคมนั้น เพราะต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าของชีวิตและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น พวกอาสาสมัครกลุ่มนี้ ได้แก่ นักสอนศาสนา หมอ และครูที่เข้าไปอยู่และทำประโยชน์ให้แก่สังคมท้องถิ่น

2.1.5 ประเภทการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: น. 8-9)

1. ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ (ห้วย หนอง คลอง บึง) ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติของไทย เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ น้ำตกทีลอซู เขื่อนรัชชประภา ภูกระดึง เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถานสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธีงานประเพณีความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรมสินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประเพณีการบวชลูกแก้ว จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ ต่อสังคม ก่อให้เกิดมิตรไมตรีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน และมีความสำคัญต่อการการเมือง ส่วนประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น ประเภทตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical attraction) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนารวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน วัดและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2554: น. 2)

2.2.2 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (historical attraction standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ (สำนักงานการท่องเที่ยว, 2554: น. 3-5)

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ความโดดเด่นและมีความมีเอกลักษณ์ ความงดงามทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม รวมถึงความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับทางประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาอันชาญฉลาดของคนในอดีต อีกทั้งศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดใจให้เข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน คือ

1.1 คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย 8 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์
- 2) หลักฐานทางโบราณคดี
- 3) ความเป็นเอกลักษณ์ของยุคสมัย
- 4) ความเป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพของแหล่งประวัติศาสตร์
- 5) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางสถาปัตยกรรม
- 6) ความสมบูรณ์และความสวยงามทางศิลปกรรม
- 7) ความมีชื่อเสียงและความเป็นที่ยอมรับของแหล่งประวัติศาสตร์

8) ความผูกพันต่อท้องถิ่น

1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
- 3) ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว
- 4) ความต่อเนื่องของกิจกรรมท่องเที่ยว

2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งประวัติศาสตร์นั้น ๆ ให้มีความสำคัญและมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

- 2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
- 2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3. การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแลการดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

2.2.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2554: น. 6)

1. อุทยานประวัติศาสตร์ (historical park)
2. ซากอารยธรรมแหล่งโบราณคดี เมืองโบราณ (dead monument archaeological sites old town)
3. พระราชวัง วัง พระตำหนัก พระที่นั่ง คຸ້ມ (place, residence of royalty)
4. ศาสนสถาน (religious place)
5. ปราสาทหิน ปรางค์ กູ່ (sandstone, sanctuary)

6. อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ศาลวีรชน สุสาน (monument, memorial, tomb)
7. พิพิธภัณฑ์ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและศิลปะร่วมสมัย (historical, museum, art and culture, contemporary art and culture)
8. ป้อมปราการ กำแพงเมือง ประตูเมือง คูเมือง (fortress, city wall, city gate, moat)
9. สิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม (other historical and cultural buildings)
10. สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม (architectural building)

ผู้วิจัยใช้การศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ โบราณสถานในเมืองลพบุรี 8 แห่ง คือ พระนารายณ์ราชนิเวศน์ บ้านวิชาเยน พระปรางค์สามยอด ปรางค์แขก เพนียด คล้องช้าง วันสันเปาโล พระที่นั่งไกรสรสีหราช และศาลพระกาฬ เป็นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน 8 แห่งนี้

2.3 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมายังแหล่งท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกันดังนี้

วรรณ วลัยวนิช (2542: น. 19-23) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ เพราะองค์ประกอบนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมทางการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างคือ นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและบริการ ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนอื่น ๆ เช่น การเงิน การธนาคาร ระเบียบต่าง ๆ และความร่วมมือระหว่างประเทศ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2545: น. 45) การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. มีสิ่งดึงดูดใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้รับความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยววันขึ้น
3. มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น สามารถติดต่อเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

กมลวรรณ กาญจนกิตติ (2545: น. 10) กล่าวถึง องค์ประกอบพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวว่าจะต้องประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยให้ท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน สิ่งก่อสร้างที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น ทิวทัศน์ ได้แก่ พืช สัตว์ ทะเล ภูเขา สวนสาธารณะ เทศกาลต่าง ๆ เช่น การแสดงนิทรรศการ งานมหกรรม ศิลปะ ดนตรี ประเพณี การละเล่น เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นส่วนที่เสริมให้แหล่งท่องเที่ยว นั้นน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ได้แก่ โรงแรม สถานบันเทิงต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงจุดที่น่าสนใจได้ ได้แก่ การคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย และสามารถพนักท่องเที่ยวดำเนินการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ หากแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมขนส่งไปไม่ถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นก็จะลดคุณค่าลง ตรงกันข้ามแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวกสบายก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่า

ฐิติฐ์ ฐาติ (2546: น. 24) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญ 3 ประการ (3As) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าสนใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

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

3. การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง โดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551: น. 16) กล่าวว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่าการปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

Collier & Harraway (1997: p. 158) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยปัจจัยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าสนใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

Buhalis (2000: p. 154) ได้แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการเดินทาง (Middleton, 1994) สิ่งดึงดูดใจของ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวม สิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. การเข้าถึง (Accessibility) การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดผ่านต่าง ๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก หรือมีบริการ รถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีทางอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบ พิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมถึง การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย สถานที่บันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสาร บริการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจ การคมนาคมที่สะดวก นับได้ว่าสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งบริการต่าง ๆ นี้นำมาซึ่งการอำนวยความสะดวก และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง มายังสถานที่ท่องเที่ยว

4. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Packages) สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้บริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจ หนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณี ที่แยกใช้บริการทีละอย่าง โดยจะดึงดูดใจให้ลูกค้าเห็น ความคุ้มค่า และเลือกใช้บริการมากกว่าจะเลือกใช้บริการ เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ลักษณะของแพ็คเกจนั้นอาจจะมี ทั้งแพ็คเกจที่มีนำเสนอในเมนูตลอดทั้งปี และแพ็คเกจที่จัดขึ้นเฉพาะช่วง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ระหว่างที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) บริการการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญที่ประการหนึ่งที่จะสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้กับนักท่องเที่ยว

Cooper & Boniface (2005: p. 241) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 4 As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว
2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม
4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

J. Pelasol (2012) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งการคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) ที่พัก (Accommodation) 6) กิจกรรม (Activities)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ตามแนวคิดของ Buhalis (2000) ซึ่งได้อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 6 As อันประกอบไปด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) 2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) การจัดรูปแบบการให้บริการ (Available Packages) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นแนวความคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6 As) ของ Buhalis (2000) มีความครอบคลุมและเหมาะสมเพียงพอกับการวิจัยการศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation)

2.4.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ตามทรรศนะของตนดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544: น. 25) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้องรับสนใจศึกษา และมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นนั้น เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง

Pizam, & Mansfield (1999: p. 236) กล่าวว่า การศึกษาส่วนใหญ่ แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อ เวลา สถานที่ และประเภทการท่องเที่ยวใดๆ ที่ผู้บริโภคปฏิบัติตามการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมากชี้ไปที่สิ่งที่มืออยู่จริงทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน

Uysal, & Hagan (1993: p. 175) ได้นำเสนอถึงปัจจัยในเรื่องของความเข้าใจ ซึ่งมีผลต่อการผลักดันให้บุคคลนั้น ๆ ทำการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าความเข้าใจดังกล่าวเป็นส่วนช่วยให้เกิดจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว และในท้ายที่สุดจะเป็นส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมขึ้น แต่ละบุคคลมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่จะก่อให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมทางสังคม และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันไป

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นในงานวิจัยครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการถูกกระตุ้นจากความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสาเหตุที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจในการเลือกเดินทางไปยังที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2.4.2 ประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: น. 121-123) กล่าวว่า ปัจจัยที่จูงใจให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวมี 8 ประการ คือ

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา จิ๋ซ้าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นต้น
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวเอง เป็นการท้าทายความจำเริญในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต
3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง
4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ตนไปเที่ยว ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น
5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปต้องการเห็นว่าผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร
6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม
7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลก ๆ แตกต่างจากผู้อื่น
8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทำธุรกิจเข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

Uysal & Hagan (1993) ได้แบ่งแรงจูงใจออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นสิ่งที่ผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจเป็นทัศนคติ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ ความคิดเห็น ความพอใจ การมองเห็นคุณค่า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มักจะยึดติดค่อนข้างถาวร และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ซึ่งแรงจูงใจประเภทนี้ เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาสังคม และเกิดจากการหล่อหลอมทางสังคมตั้งแต่ในวัยเด็ก แรงจูงใจภายในนั้น แบ่งออกเป็นหลายประเภทตามแต่ละประเภทของสินค้าและบริการ
2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งที่ผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดเป็นพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รางวัล คำชม หรือได้รับการยกย่อง เป็นต้น

แรงจูงใจนี้ไม่ส่งผลโดยถาวรต่อพฤติกรรมอยากกระทำเมื่อต้องการ บุคคลนั้นจะแสดงออกทางพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อแรงจูงใจดังกล่าว และจะกระทำเมื่อได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งนั้นเท่านั้น เป็นต้น ตัวอย่างของแรงจูงใจภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น พนักงานบริษัททำงานไปวัน ๆ เพื่อแลกกับค่าตอบแทนเท่านั้น

Swarbrooke, & Horner (1991: p. 136) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ 6 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ปัจจัยส่วนตัว ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนญาติ เพื่อน หรือเพราะเพื่อเอาใจผู้อื่น
2. เพื่อพัฒนาตนเอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาความสามารถ ทักษะและเพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ
3. ปัจจัยด้านอารมณ์ คือ การท่องเที่ยวเพื่อต้องการความรู้สึก เช่น โรแมนติก ตื่นเต้น ทำหาย สนุกสนาน การรำลึกหาอดีต เป็นต้น
4. สถานภาพ ซึ่งเกี่ยวพันถึงความต้องการความเด่น สมัยนิยม สังคม
5. วัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ รวมถึงเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตในแต่ละสังคมที่ต่างออกไป
6. กายภาพ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การพักผ่อน เป็นต้น

Pearce, Morrison, & Rutledge (1998: p. 272) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องข่ายทั้งหมดที่กำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา พลังทางด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการทำสิ่งต่าง ๆ เช่น อยากว่ายน้ำ อยากปีนเขา พลังทางด้านสังคมวิทยา คือ ความอยากมีหน้ามีตาในสังคม อยากทันสมัย อยากดูมีระดับ โดยได้นำเสนอแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม
2. แรงจูงใจที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่น
3. แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน
4. แรงจูงใจที่จะสร้างเสริมสัมพันธ์ภาพภายในครอบครัว
5. แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบาย
6. แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ
7. แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี
8. แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย
9. แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง

2.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทฤษฎี Travel Career Ladder (Pearce, 1988 อ้างใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548: น. 49) ซึ่งเปรียบเทียบความต้องการท่องเที่ยวกับความต้องการความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งแต่ละคนเริ่มที่ความต้องการในระดับที่แตกต่างกันไป และเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต ซึ่งความต้องการเหล่านี้ ได้รับอิทธิพลจาก เงินสุขภาพ คนอื่นๆ ทฤษฎี Travel Career Ladder คิดขึ้นมาบนพื้นฐานของทฤษฎีของ Abraham Maslow คือทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ The Hierarchy of Needs โดยขยายความต้องการในแต่ละขั้น แต่ใจความหรือแนวคิดหลักยังคงใช้แนวคิดของ Maslow กล่าวคือ ความต้องการขั้นต่ำต้องได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจก่อนที่มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป อย่างไรก็ตาม ใดทั้ง 5 ขั้น จะช่วยอธิบายแรงจูงใจในภาพรวมมากกว่ามุ่งไปที่ความต้องการเพียงตัวเดียว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ยังคงต้องการความปลอดภัย แต่อาจไม่สนใจชื่อเสียงหรือการพัฒนาตนเอง

Travel Career Ladder เน้นที่จะอธิบายว่ามนุษย์มีแรงจูงใจหลายแบบในการค้นหาประสบการณ์การท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง อาจมีสิ่งจูงใจคือความตื่นตัวของแสงสีในเมืองฮ่องกง อาหารจีนและวัฒนธรรมจีน โดยลำดับขั้นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวครั้งนี้มีมากกว่า 1 ขั้น รวมกันเป็นแรงจูงใจในภาพรวม อย่างไรก็ตามแรงจูงใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น การเดินทางท่องเที่ยวบาห์ลี นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคนเดิมอาจต้องการเดินทางไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือเพื่อพักผ่อนมากกว่าที่จะไปหาอาหาร รสเลิศหรือความตื่นตาตื่นใจ สำหรับทฤษฎี Travel Career Ladder แล้วแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนฉากที่มีประสบการณ์หลากหลายรูปแบบ สามารถหาได้ที่นั่น ดังนั้นแรงจูงใจเป็นสิ่งที่มียุทธพลในการค้นหาสิ่งที่ต้องการจากแหล่งท่องเที่ยวในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวต่างมีความหลากหลาย ซึ่งให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

McIntosh, & Goeldler (1986 อ้างใน พลอยระวี ชลวณิช, 2555) กล่าวว่าไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันตนาการตามชายหาด การหย่อนใจ ด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ ๆ
4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจการประชุม และ การศึกษา เป็นต้น

สรุปว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวคือสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และชื่อเสียง

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

การตัดสินใจท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้

Johnston (2013: p. 207) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของลูกค้า เป็นกระบวนการก่อนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้อีกด้วย

Swarbrooke, & Horner (2007: p. 273) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างมีเหตุผล ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของการท่องเที่ยว จึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเดินทางไปไหน นักท่องเที่ยวต้องคิด ถึงการเดินทาง ซึ่งอาจต้องทำการซื้อบัตรโดยสาร การเตรียมที่พัก นอกจากนั้นแล้วปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนั้นยังเป็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

การตัดสินใจ (Purchase) ภายหลังจากผู้บริโภคได้เลือกผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากทางเลือกหลาย ๆ ทางแล้ว ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ นั่นคือ การแลกเปลี่ยนเงินหรือสัญญาที่จะจ่ายเงินเพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ ในขั้นนี้ยังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาตัดสินใจอีก

3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ (Place of Purchase) เงื่อนไขการซื้อ (Terms) และความพร้อมที่จะจำหน่าย (Availability) หากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ เป็นที่พอใจตกลงกันได้ การตัดสินใจซื้อก็จะเกิดขึ้น แต่หากมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่เป็นที่พอใจหรือไม่อาจจะรับได้ ผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อ แม้ว่าจะพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วก็ตาม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาพิจารณาและความพยายามในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใด ผลิตภัณฑ์หนึ่ง ซึ่งมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอก กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนัก หรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition)

- สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น การบุคคลรู้สึกเครียด หรืออ่อนล้าจากการทำงานมาตลอดทั้งปี หรือในกรณีที่บุคคลรู้สึกจำเจกับชีวิตประจำวัน
- สิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจท่องเที่ยวทั้งสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางไปท่องเที่ยวปลดปล่อยให้หายเหนื่อยหรือซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search)

- แหล่งข้อมูลภายใน นักท่องเที่ยวอาจนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จักและจดจำไว้ในใจซึ่งอาจเคยมีประสบการณ์มาแล้ว
- แหล่งข้อมูลภายนอก นักท่องเที่ยวอาจหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตจากนิตยสารท่องเที่ยว จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง จากบริษัทท่องเที่ยว จากสำนักส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลทางสังคม อาทิ ครอบครัว ญาติพี่น้อง อาจารย์ เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการบริษัทที่มีเว็บไซต์ อาทิ นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลโรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวว่าจะไปจังหวัดใด หาข้อมูลว่าร้านที่ไหนน่าสนใจ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

- ระบุทางเลือกหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป
- เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ การตัดสินใจซื้ออาจจะมาจากเกณฑ์ราคา อันดับแรกนักท่องเที่ยวที่กำลังมองหาโปรแกรมทัวร์มักจะพิจารณาราคาโปรแกรมทัวร์ก่อนนักท่องเที่ยวที่ไม่ละเอียดรอบคอบก็จะตัดสินใจสิ่งที่มียาถูกที่สุด แต่นักท่องเที่ยวที่รอบคอบมักพิจารณาปัจจัย

อื่น ๆ ด้วย โดยการสอบถามรายการนำเที่ยวเพิ่มเติมเมื่อพิจารณาคุณสมบัติครบแล้วก็นำมาจัดเรียงความสำคัญ แล้วก็ประเมินทางเลือกเพียงสิ่งเดียว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Decision Making) หลังจากนักท่องเที่ยวได้ประเมินทางเลือกแล้วและทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดที่ตนเองมีความต้องการจริง บางครั้งอาจมีตัวแปรต่าง ๆ เข้ามามีอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การก่อการร้าย สงคราม ภัยพิบัติต่าง ๆ เหตุการณ์เหล่านี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวเลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวหรือซื้อผลิตภัณฑ์ออกไปอีกหรืออาจพิจารณาเปลี่ยนแปลง ยกเลิกได้ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจะมีความตั้งใจที่จะเดินทางและเตรียมตัวเดินทางโดยจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน การจองห้องที่พัก การแลกเงิน การทำวีซ่าเข้าประเทศ การจัดเตรียมสัมภาระเพื่อการเดินทาง ฯลฯ จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังสถานที่ที่ตัดสินใจไว้

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการเดินทาง (Post-Purchase Behavior) นักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ และประสบการณ์ที่ได้รับจริงจากการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวนั้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543, น. 17) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่าคนเรานั้นเมื่อมีความต้องการอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว ก็จะทำการตัดสินใจก่อนว่าที่ไหนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ใช้บริการรูปแบบไหน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจะมีกระบวนการตัดสินใจอยู่ 10 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย ซึ่งโดยทั่วไปสามารถทำได้ 4 แบบ คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่อยากจะเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว 4 รูปแบบตามที่ได้อธิบายไปแล้วในขั้นที่ 1 จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานเกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการทางการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อชักจูงและกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้หลังจากที่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้วจนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในใจ

ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวนี้จะสามารถตอบสนองความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยผลัก (Push Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ซ้ำซากในชีวิตประจำวัน เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอ หรือการขยายตัวทางการศึกษา และความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น และอีกปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยดึง (Pull Factor) อันเป็นสภาพที่ท่องเที่ยวใหม่ การส่งเสริมการตลาดจากธุรกิจการท่องเที่ยว การขยายตัวของบริษัทจัดนำเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งที่ดี เป็นต้น ซึ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวสามารถ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ เพื่อต้องการคลายความเครียดและดูแลสุขภาพ เช่น การขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น
2. สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นสิ่งกระตุ้นจากความต้องการในการอยากรู้ อยากเห็น วัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นบ้านและความเป็นอยู่ การเข้าร่วมในเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการร่วมเดินทางไปเพื่อประกอบศาสนกิจ เป็นต้น
4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการยกระดับสถานะของตนเองให้สูงขึ้นและมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้รับข่าวสารจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว เสริมด้วยแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปมากที่สุดจะถูกเลือก

ขั้นที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนในการศึกษาถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ตัดสินใจเลือกแล้ว ซึ่งจะต้องวางแผนค่าใช้จ่าย รวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่ายานพาหนะในการเดินทาง ค่าเยี่ยมชมสถานที่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถ ในการเดินทางท่องเที่ยวอัน ประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

1. เวลาว่าง วางแผนว่าจะใช้เวลาเท่าใดในการท่องเที่ยวและ รวมถึงช่วงเวลาใดที่จะเดินทางท่องเที่ยว
2. การเงิน วางแผนค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางว่าจะต้องใช้เงินเท่าไร
3. สุขภาพ ในการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องวางแผนว่าจะต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่นการปิ่นเขา การเดินป่า ล่องแพ ตลอดจนการเตรียมยารักษาโรคประจำตัว เป็นต้น
4. อาชีพ จะต้องวางแผนว่าจะมอบภารกิจการงานให้ใคร
5. ระยะเวลา จะต้องวางแผนถึงระยะเวลาของสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะสอดคล้องกับเวลาว่าง การเงิน สุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

ขั้นที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางที่จะท่องเที่ยว หลังจากที่ได้วางแผนถึงค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ต้องคำนึงถึง เช่น การจองตั๋วพาหนะเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการจัดเตรียมเสื้อผ้ากระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

ขั้นที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางสู่จุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เลือกไว้แล้ว จนกระทั่งกลับสู่ที่พักในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วง ๆ ตามที่ได้รับประสบการณ์เริ่มตั้งแต่นานพาหนะที่นำสู่จุดหมาย หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และบริการอื่น ๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง ตรงกับที่ได้คาดหวังไว้หรือไม่

ขั้นที่ 9 ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจนั้นเป็นการประเมินของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสผ่านการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

ขั้นที่ 10 ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ทัศนคติที่ดีจะเกิดขึ้นหากนักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกหรือสิ่งที่ดีก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจ และยังสามารถทำให้อยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกด้วย หรือแม้กระทั่งบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน แต่หากนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้ไม่อยากไปท่องเที่ยวอีก และอาจนำไปบอกคนอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยเหมือนกัน

สรุปว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่า เมื่อบุคคลมีความต้องการอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว ก็จะทำการตัดสินใจก่อนว่าที่ไหนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ใช้บริการรูปแบบ

ไหน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวที่วัน ซึ่งการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นกิจกรรมที่ได้รับการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างมีเหตุผล ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจในการการท่องเที่ยวจึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ

2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดลพบุรี



ภาพที่ 2.2 ตราประจำจังหวัดลพบุรี รูปพระนารายณ์ประทับบนพระปรางค์สามยอด

2.6.1 ประวัติความเป็นมาจังหวัดลพบุรี

พื้นที่ของจังหวัดลพบุรี เคยเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายสมัย เดิมเรียก ละโว้ นับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ มีหลักฐานที่สำคัญคือ พระปรางค์สามยอด (อยู่ในเขตอำเภอเมืองลพบุรี) เป็นศิลปะเขมรสมัยบาเยน อายุราว พุทธศตวรรษที่ 18 และมีศาลพระกาฬซึ่งเก่าแก่ในสมัยเดียวกัน

คำว่า “ละโว้” นี้่าสันนิษฐานได้ว่ามาจากคำว่า ละวะ นั้นเอง (ลพบุรี กลายมาเป็น ลพบุรี ในทุกวันนี้) ซึ่งคำว่า ละวะ ในภาษาสันสกฤตแปลว่า น้ำ (ซึ่งอาจหมายความว่าเมืองนี้มีน้ำมาก) เมื่อนำเอามาสมรสกับคำว่า อุทัย (ลว + อุทัย) ก็กลายเป็นลโวทัย (ดังเช่น สุข + อุทัย กลายเป็น สุขโขทัย) ซึ่งคำจารึก “ลโวทัยปุระ” ยังพบปรากฏบนเหรียญเงินโบราณที่ขุดค้นได้ที่บริเวณจังหวัดลพบุรีอีกด้วย แต่บ้างก็ว่าคำว่า ละโว มาจากภาษามอญซึ่งแปลว่าภูเขา คงเนื่องเพราะเมืองนี้มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขา

ลพบุรี เป็นเมืองโบราณที่มีประวัติความเป็นมา ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ คือ มีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ยุคหินใหม่ อายุ 4,000 – 2,000 ปี ที่บ้าน โลกเจริญ และขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ยุคสำริด อายุ 2,800 – 2,500 ปี ที่ศูนย์การทหารปืนใหญ่ ชุมชนเหล่านั้นได้เจริญก้าวหน้าเข้าสู่ยุคโลหะ มีอารยธรรม มีวัฒนธรรมการกินอยู่ การแต่งกาย และมีประเพณีการฝังศพของตนเอง ในสมัยประวัติศาสตร์ พระยาภาวธรรมดิศราช โอรสพระยาากะพัตร แห่งเมืองนครชัยศรี ได้เป็นผู้สร้างเมือง

ลพบุรี เมื่อปี พ.ศ. 1191 และตั้งชื่อเมืองว่า “ละโว้” หรือภาษาบาลีว่า “ละโวปุระ” ซึ่งตรงกับสมัยทวารวดี ละโว้ยุคนั้นมีฐานะเป็นศูนย์กลางทางด้านศิลปวัฒนธรรมแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

นอกจากนี้ ตามพงศาวดารเหนือได้กล่าวไว้ว่า เมื่อปี พ.ศ. 1788 “พ่อขุนรามคำแหง” ราชโอรสแห่งเมืองสุโขทัย ได้เสด็จมาศึกษาเล่าเรียนที่เขาสมอคอน เมืองลพบุรี และหลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 1797 “พ่อขุนงำเมือง” ราชโอรสแห่งเมืองพะเยา ได้เสด็จมาศึกษาที่เขาสมอคอนเช่นเดียวกัน เมืองลพบุรีในยุคนั้น จึงเป็นเมืองศูนย์กลางของศิลปวิทยาการที่มีความสำคัญยิ่ง จนกระทั่ง หลังจากยุคสมัยของพระรามาธิบดี เมืองลพบุรีก็เสื่อมความสำคัญลง จนถึง รัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังที่เมืองลพบุรีไว้เป็นที่ประทับเมื่อปี พ.ศ. 2209 และเสด็จประทับที่เมืองลพบุรีเป็นเวลานาน 8 - 9 เดือน ใน 1 ปี เมืองลพบุรีในสมัยของพระองค์ถือว่าในยุคสมัยที่มีความเจริญถึงขีดสุด ลพบุรีจึงเป็นเสมือนราชธานีแห่งที่ 2 รองจากกรุงศรีอยุธยา

ในสมัยรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะเมืองลพบุรีขึ้นอีกครั้ง ในปี พ.ศ. 2406 โปรดให้สร้างหมู่พระที่นั่งพิมานมงกุฏขึ้นเป็นที่ประทับภายในพระราชวังของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย ราวปี พ.ศ. 2480 จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ท่านได้ทำนุบำรุงเมืองลพบุรี โดยพยายามที่จะแยกเมืองลพบุรีออกจากเมืองเก่า ให้ดูสว่างกว่าเดิม และได้สร้างสิ่งก่อสร้างศิลปะแบบอาร์ตเดโค ขึ้นมากมาย ซึ่งยังปรากฏให้เห็นจนทุกวันนี้

จากการที่ลพบุรีเป็นเมืองสำคัญในอดีตดังที่กล่าว ทำให้ลพบุรีมีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ล้ำค่าที่เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือยุคสมัยต่างๆ เป็นอันมาก ให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษา ตลอดจนมีตำนานที่เป็นเรื่องเล่าขานสืบต่อกันมาอีกหลายเรื่อง นอกจากนั้นยังได้รับการพัฒนาจนเป็นเมืองที่เจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเศรษฐกิจ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การศึกษา และการทหาร ลพบุรีในปัจจุบัน จึงเป็นเมืองหนึ่งหรือจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทยที่มีความสำคัญควรค่าแก่การศึกษา และทัศนศึกษา ทั้งในด้านของภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมา

คำขวัญประจำจังหวัดลพบุรีที่ว่า “วังนารายณ์คู่บ้าน ศาลพระกาฬคู่เมือง ปรางค์สามยอดลือเลื่อง เมืองแห่งดินสอพอง เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เกริกก้อง แผ่นดินทองสมเด็จพระนารายณ์” ได้สะท้อนให้เห็นสิ่งสำคัญคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดลพบุรี ซึ่งสอดคล้องกับตราประจำจังหวัดลพบุรี ที่เป็นรูป “พระนารายณ์ประทับบนพระปรางค์สามยอด” อันมีความหมายให้ระลึกถึง สมเด็จพระนารายณ์มหาราช ผู้สร้างเมืองลพบุรีขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2209 ส่วนพระปรางค์สามยอด ที่ปรากฏในตราประจำจังหวัด เป็นโบราณสถานที่ถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองลพบุรี

ลพบุรีในปัจจุบัน เป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมาย เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการทหาร ถึงกับกล่าวกันว่าเป็นเมืองทหาร มีหน่วยทหารที่เป็นกำลังหลักของประเทศ มีกำลังทหาร นับแสนคน นอกจากนี้ ลพบุรียังถูกเรียกว่าเป็นเมืองลิง รวมทั้งผู้คนในจังหวัดลพบุรีก็ถูกขนานนาม ว่าคนเมืองลิง ทั้งนี้ เพราะว่ามีลิงจำนวนมากอยู่กลางใจเมืองของลพบุรี บริเวณศาลพระกาฬ ซึ่งเป็น สถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ นักวิชาการแห่งกรุงรัตนโกสินทร์เห็นว่า ลพบุรีมีความหลากหลายทาง อารยธรรมที่ปรากฏเด่นชัดบนลุ่มแม่น้ำลพบุรี และลุ่มแม่น้ำป่าสัก ซึ่งช่วยแต่งแต้มสีสันให้ลพบุรี เป็นธานีแห่งอารยธรรม ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม จนตราบนำทุกวันนี

2.6.2 อาณาเขตจังหวัดลพบุรี

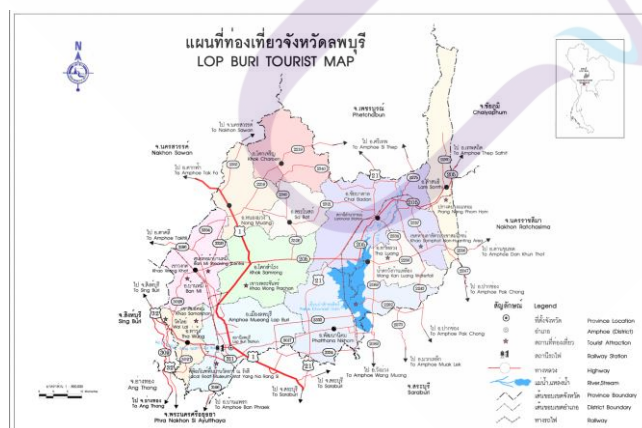
ลพบุรีตั้งอยู่ตอนกลางของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศเหนือ โดยทางรถยนต์ สายพหลโยธิน ประมาณ 153 กิโลเมตร และโดยทางรถไฟสายเหนือ ระยะทางประมาณ 133 กิโลเมตร มี เนื้อที่ 6,586.67 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ราบลุ่มประมาณ 30 % และพื้นที่ราบสลับเนินเขา ประมาณ 70 % มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดเพชรบูรณ์และนครสวรรค์

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสระบุรีและพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมาและชัยภูมิ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสิงห์บุรี อ่างทอง และนครสวรรค์



ภาพที่ 2.3 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี : ออนไลน์ สืบค้น 21/03/60

ระยะทางจากจังหวัดไปยังอำเภอต่าง ๆ

1) อำเภอเมืองลพบุรี	ระยะทาง -- กิโลเมตร
2) อำเภอลำไ้	ระยะทาง 15 กิโลเมตร
3) อำเภอบ้านหมี่	ระยะทาง 32 กิโลเมตร
4) อำเภอโคกสำโรง	ระยะทาง 35 กิโลเมตร
5) อำเภอพัฒนานิคม	ระยะทาง 51 กิโลเมตร
6) อำเภอหนองม่วง	ระยะทาง 54 กิโลเมตร
7) อำเภอสระโบสถ์	ระยะทาง 65 กิโลเมตร
8) อำเภอท่าหลวง	ระยะทาง 77 กิโลเมตร
9) อำเภอโคกเจริญ	ระยะทาง 88 กิโลเมตร
10) อำเภอชัยบาดาล	ระยะทาง 97 กิโลเมตร
11) อำเภอลำสนธิ	ระยะทาง 120 กิโลเมตร

2.6.3 แหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ เริ่มจัดตั้งขึ้นที่พระที่นั่งจันทรพิศาล เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2467 ในอดีตชื่อเรียกว่า “ลพบุรีพิพิธภัณฑ์สถาน” ผู้ที่มีส่วนสำคัญในการก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานคือ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ สมเด็จพระยานรินทราบุตตวงศ์ และศาสตราจารย์ยอร์ช เซเดส์ นักปราชญ์ชาวฝรั่งเศสผู้มีชื่อเสียงในความรู้เกี่ยวกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจุบันหมู่พระที่นั่งพิมานมงกุฎ และหมู่ตึกพระประเทียบบางหลังใช้เป็นอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ ได้จัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุและนิทรรศการตามอาคารต่าง ๆ ในบริเวณพระนารายณ์ราชนิเวศน์ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์

1) หมู่พระที่นั่งพิมานมงกุฎ สร้างขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นอาคารหลักของการจัดแสดง (อาคารสูง 3 ชั้น)

ชั้น 1 จัดแสดงนิทรรศการถาวร 2 เรื่อง คือ

- เรื่องศิลปะโบราณวัตถุสมัยก่อนประวัติศาสตร์ภาคกลางของประเทศไทย โบราณวัตถุที่แสดงส่วนใหญ่ได้จากการขุดค้นแหล่งโบราณคดีบ้านท่าแค อ.เมือง จ.ลพบุรี เมื่อ พ.ศ. 2523 และ 2526 มีภาชนะดินเผา พร้อมด้วยโครงกระดูกมนุษย์จำนวน 3 โครง ฯลฯ

- เรื่องอารยธรรมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา พ.ศ. 700-1400 เป็นการ จัดแสดงประวัติศาสตร์ สังคมยุคก่อนประวัติศาสตร์ใช้ชื่อสมมติว่า “สมัยทวารวดี” นำเสนอเรื่องการตั้งถิ่นฐาน มี ภาพถ่ายทางอากาศ และแสดงรูปของการสร้างเมือง แสดงโบราณวัตถุที่ทำจากต่างประเทศแต่พบ ในประเทศไทย เรื่องเทคโนโลยีและการดำเนินชีวิต เรื่องเครื่องประดับร่างกาย ฯลฯ

จากนั้นจะเป็นห้องแสดงเรื่อง การขุดแต่งวัดนครโกษาที่กรมศิลปากรได้ดำเนินการขุด แต่งเมื่อ พ.ศ. 2530 และได้พบว่าฐานของสถูปองค์กลางที่มีกองดินทับถมนั้น เมื่อลอกดินออกได้ พบลวดลายปูนปั้นประดับตกแต่งฐานมากมายหลายรูปแบบ รวมถึงโบราณวัตถุต่าง ๆ เช่น พระพิมพ์ เศียรพระพุทธรูปมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 13-14 จัดมุมแสดงเรื่องอักษรและภาษา แสดง จารึกบนแท่งหินแผ่นดินเผาโดยใช้อักษรที่นำมาจากอินเดีย ห้องแสดงเรื่องศาสนาและความเชื่อ จัด แสดงรูปเคารพเรื่องศาสนาฮินดู ที่น่าสนใจมากที่สุดเท่าที่มีในประเทศไทยก็คือ การจัดแสดงเรื่องสมัย ประวัติศาสตร์ยุคแรก (สมัยทวารวดี)

ชั้น 2 หมู่พระที่นั่งพิมานมงกุฎ ห้องแรกจัดแสดงเรื่องสมัยอิทธิพลเขมร อายุราว พ.ศ. 1500-1800 แสดงสถาปัตยกรรมทำด้วยหินทรายแบบเขมร เช่น ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้าง เอราวัณ ศิลাজารึกอักษรและภาษาเขมรที่พบที่เมืองลพบุรี ในส่วนที่เคยเป็นท้องพระโรงเล็ก จัดแสดง รูปสลักหินทรายที่มีขนาดใหญ่ โดยมากเป็นพระพุทธรูปนาคปรกปางสมาธิขนาดใหญ่ที่แสดงความเป็น เอกลักษณะท้องถื่นอย่างชัดเจน จึงเรียกว่า ศิลปะแบบลพบุรี ฯลฯ

ชั้น 3 จัดแสดงเป็นห้องที่ระลึกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใน ฐานะที่พระองค์ทรงโปรดฯ ให้สร้างพระที่นั่งองค์นี้ และเคยประทับอยู่ทางพิพิธภัณฑฯ จึงได้จัดแสดง พระราชประวัติ และพระราชกรณียกิจของพระองค์ รวมทั้งสิ่งของเครื่องใช้มีพระบรมฉายาลักษณ์ ฉลองพระองค์ พระแท่นบรรทม ตราประจำพระองค์ ฯลฯ

ส่วนทางด้านห้องสุดท้ายของอาคารจัดเป็น “หอศิลปะ” มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เห็น วิวัฒนาการของงานศิลปะไทยสมัยใหม่ที่เป็นแบบสากลในยุคปัจจุบัน โดยมีผลงานของจิตรกรจัดแสดง ให้ชม เช่นงานของ อังคาร กัลยาณพงศ์



ภาพที่ 2.5 หอศิลปพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์: ออนไลน์ สืบค้น 21 มีนาคม 2560

2) พระที่นั่งจันทรพิศาลภายในพระที่นั่งแบ่งเป็นท้องพระโรงหน้าและท้องพระโรงใน ส่วนของท้องพระโรงหน้าได้จัดแสดงเรื่องราวสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีรูปวาด สีนํ้ามันในเหตุการณ์เมื่อครั้งมีการเข้าถวายพระราชสาสน์ของพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 แห่งประเทศ ฝรั่งเศส ต่อสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ณ ท้องพระโรงที่พระบรมราชวัง (อ.จาร์ส เกียรติกิจ วาดภาพจากต้นฉบับ พ.ศ. 2509) และภาพประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เช่น ภาพออกพระวิสุทธิสุนทร (โกษาปาน) ภาพแผนที่แสดงเส้นทางการเดินทางไปและกลับจากฝรั่งเศสสู่สยามของราชทูต ภาพแผนที่กรุงศรีอยุธยา ภาพแห่เรือ นอกจากนี้ยังมีโบราณวัตถุที่มีอายุในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช และโบราณวัตถุส่วนหนึ่งที่ขุดพบในบ้านเจ้าพระยาวิชาเยนทร์ สำหรับในส่วนท้องพระโรงด้านในจะพบตู้พระธรรม ธรรมาสน์ที่มีอายุสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์

3) หมู่ตึกพระประเทียบ (อาคารจัดแสดงของใช้พื้นบ้าน) เป็นบริเวณเขตพระราชฐานชั้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว บางตึกได้รับการปรับปรุงเป็นห้องจัดแสดงถาวร คือ อาคารที่เคยเป็นห้องเครื่อง (ห้องครัว) ปัจจุบันแสดงเป็นศิลปวัตถุพื้นบ้านของท้องถิ่นนี้เป็นกระท่อมชาวนา เครื่องมือการเกษตร เครื่องมือจับปลา พร้อมทั้งยังได้ชมเทคโนโลยีในระดับ “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” เช่น การตีเหล็ก การปั่นหม้อ การทอผ้าโดยใช้กี่แบบพื้นเมือง



ภาพที่ 2.6 ผนังใหญ่เรื่องรามเกียรติ์: ออนไลน์ สืบค้น 21 มีนาคม 2560

อาคารพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ จัดแสดงหนังใหญ่เรื่องรามเกียรติ์ ซึ่งได้มาจากวัดตะเคียน ตำบลท้ายตลาด อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

เปิดให้เข้าชมทุกวัน เว้นวันจันทร์-อังคาร ตั้งแต่เวลา 8.30-16.00 น. ค่าเข้าชม ชาวไทย 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ ถนนสรรพคดี ตำบลท่าหิน อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 15000 โทร. 036411458 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี (2560)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัย ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

บุญเหลือ มีประวดี (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 30 – 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชน อัตราเงินเดือนระหว่าง 12,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด ปัจจัยของแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านทางอารมณ์อยู่ในระดับมากที่สุด และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน ยกเว้น รายได้ต่างกันทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวต่างกัน

จักรพงษ์ ขวัญเมือง (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง มี รายได้ระหว่าง 5,000 - 9,999 บาทต่อเดือน และอยู่อาศัย นอกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของชาวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ความถี่ในการมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นครั้งที่ 5 ขึ้นไป โดยทราบเรื่องการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากสื่อบุคคลในครอบครัว/ญาติมากที่สุด โอกาสที่ เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่นานอน ช่วงเดือนที่ต้องการมาท่องเที่ยวคือ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือน ธันวาคม ชอบประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดและศาสนสถาน โดยตัดสินใจมาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนส่วนตัว โดยเดินทางมาเองกับครอบครัว/ญาติ มีผู้ร่วมเดินทาง

มาท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มากกว่า 5 คน ส่วนใหญ่ไม่พักแรม ด้านค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหาร เครื่องดื่ม และซื้อของที่ระลึก เสียค่าใช้จ่าย 300 - 500 บาทต่อคนต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางไม่เกิน 300 บาทต่อคนต่อครั้ง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ช่วงเดือนที่ต้องการท่องเที่ยว รูปแบบสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร เครื่องดื่ม และ ซื้อของที่ระลึก และค่าเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด และระดับความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และราคา

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทองมีผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดเนื่องจาก ต้องการมาสักการะรูปหล่อสมเด็จพระพุฒาจารย์โตและเดินทางมาเพื่อต้องการไหว้พระ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวโดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าพาหนะ ซึ่งระยะทางในการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเพราะต้องการไหว้พระและเดินทางสะดวก สำหรับการเข้ามาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะรับทราบข้อมูลจากญาติ/เพื่อนแนะนำ ส่วนกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว นั้น คือ งานแข่งเรือยาวและการบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว คือ มีความสะดวกสบายและง่ายในการเดินทาง 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโย วรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการร้านอาหาร ด้านบุคลากรให้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจปานกลาง 3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน 4) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะทางในการท่องเที่ยว

การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ยิ่งยศ ปัญญาโน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเที่ยวชมธรรมชาติและประทับใจเพราะสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อนโดยพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเส้นทางหรือระยะทาง และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเพราะเพื่อนหรือญาติ 2) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีได้ร้อยละ 44.60 3) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามเพศ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามอายุ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันด้วย ทั้งนี้ยังค้นพบอีกว่า เมื่อจำแนกความแตกต่างตามปัจจัยด้านรายได้ ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และจำแนกตามปัจจัยด้านอาชีพในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อจำแนกความแตกต่างตามปัจจัยด้านอายุ ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจำแนกตามปัจจัยด้านรายได้ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยด้านอาชีพ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการจำแนกความแตกต่างตามปัจจัยส่วนภูมิภาค ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

เบญจพร แสนพลมดัย (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไชนเเอเซีย ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศไชนเเอเซียของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกน้อยที่สุดคือ การเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต

วันทิกา หิรัญเทศ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และรายด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วมด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการอยู่ในระดับมาก 2) การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อ จำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่แตกต่างกัน

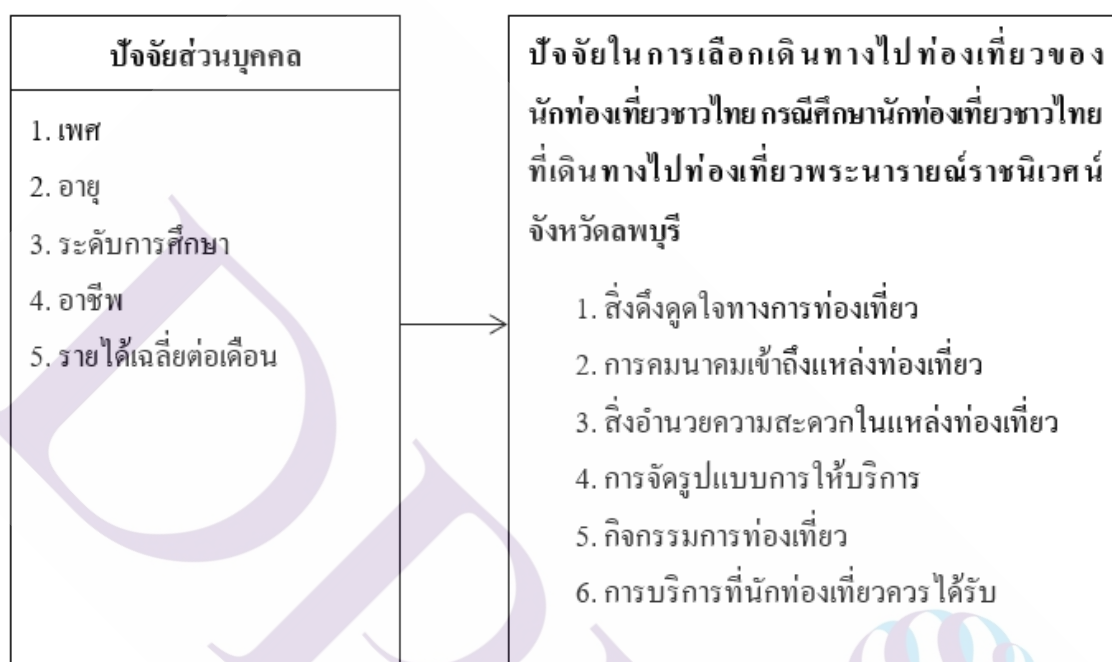
อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ผลการศึกษาพบว่า 1) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ระหว่างเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) การเปรียบเทียบปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยว ที่มี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด

นันทพร ศรีวิไล (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม มี 2 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ร้อยละ 55.7 2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ รายได้รวมต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนาต่างกัน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี รายได้ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของนักท่องเที่ยวทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การศึกษาแบบเชิงสำรวจ (Survey research) ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาแยกเป็นประเด็นไว้ดังนี้คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์และการแปลผลความหมายข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในที่พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 2,000,000 คน โดยอ้างจากคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในปี พ.ศ. 2562 (สำนักงานสถิติจังหวัดลพบุรี, 2561)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในที่พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 2,000,000 คน โดยอ้างจากคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในปี พ.ศ. 2562 (สำนักงานสถิติจังหวัดลพบุรี, 2561) ทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% ได้ทั้งสิ้น 400 คน โดยผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในการแจกแบบสอบถาม ณ เขตพื้นที่พระ

นารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549)

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

เมื่อ

n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5 %

แทน

$$n = \frac{2,000,000}{1 + 2,000,000 (0.05)^2}$$

$$n = 400$$

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษานี้จะถูกกำหนดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยอาศัยความสะดวกของผู้ศึกษาวิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างนี้อาจจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้ศึกษาวิจัยในการให้ข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- สร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเพื่อขอคำแนะนำปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยแยกเป็นด้านต่าง ๆ คือ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) การจัดรูปแบบการให้บริการ (Available Packages) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) โดยมีลักษณะแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

เกณฑ์ในระดับต่างๆ ทั้งหมดมี 5 ระดับ สำหรับการให้คะแนนเป็นดังนี้คือ

ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	คะแนน = 1 คะแนน
ระดับการตัดสินใจน้อย	คะแนน = 2 คะแนน
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	คะแนน = 3 คะแนน
ระดับการตัดสินใจมาก	คะแนน = 4 คะแนน
ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	คะแนน = 5 คะแนน

- นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

- นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชา ความสอดคล้องกันของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้เพื่อเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) นำมาหาค่าดัชนีและความสอดคล้องของคำถาม (Index of Objective Congruent : IOC) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, น. 48) โดยมีเกณฑ์การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้

ให้คะแนน + 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อสอบนั้นวัดตามจุดประสงค์
ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อสอบนั้นวัดตามจุดประสงค์
ให้คะแนน - 1 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อสอบนั้นไม่วัดตามจุดประสงค์

- นำแบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามมาคำนวณค่า IOC ซึ่งได้กำหนดค่า IOC ของข้อคำถามมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วทำการปรับปรุงข้อคำถามของแบบสอบถามที่มีค่าต่ำกว่า 0.50 ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

- นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (validity) แล้วไปทดลองใช้ (try out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

- นำแบบสอบถามไปการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (reliability coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตรวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ซึ่งกำหนด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

- ตรวจสอบปรับปรุงแบบสอบถาม จัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการศึกษาต่อไป

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีมีการเก็บข้อมูลดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เมื่อผู้ศึกษาได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารงานวิชาการ สิ่งพิมพ์ บทความ ตราสารอิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

3.5 การวิเคราะห์และการแปลผลความหมายข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล มาวิเคราะห์ เปรียบเทียบโดยใช้ สถิติดังนี้

3.5.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ

3.5.2 วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับการแปลความหมาย กำหนดค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2555, น. 111) ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีผลต่อระดับการตัดสินใจ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการทดสอบสมมติฐานของการศึกษานี้ใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม เช่น เพศ จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ซึ่งประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบต่อไปว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของเชฟเฟ้ (Scheffe's method)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติดังต่อไปนี้

3.6.1 สถิติพื้นฐาน

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
- 3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient)

3.6.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

- 1) ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples)
- 2) ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ตัวอย่าง โดยใช้สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-test) เมื่อพบความแตกต่าง จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี มีวิธีการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	สถิติทดสอบที (t-test)
F	แทน	สถิติทดสอบเอฟ (F- test)
p	แทน	ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (sum of square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมของกำลังสอง(mean of sum of square)
$P \leq .05$	แทน	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ . 05
$P^{**} \leq .01$	แทน	มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ . 01

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	39.25
หญิง	243	60.75
รวม	400	100.00
2. อายุ		
20 – 25 ปี	14	3.50
26 – 30 ปี	37	9.25
31 – 35 ปี	140	35.00
36 – 40 ปี	88	22.00
41 – 45 ปี	41	10.25
46 – 50 ปี	48	12.00
51 ปีขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมหรือต่ำกว่า	46	11.50
ปวช.	36	9.00
ปวส.	108	27.00
ปริญญาตรี	182	45.50
ปริญญาโท – สูงกว่าปริญญาโท	28	7.00
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	122	30.50
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	125	31.25
ธุรกิจส่วนตัว	103	25.75
นักเรียน / นักศึกษา	50	12.50
รวม	400	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	13.50
10,000 – 20,000 บาท	132	33.00
20,001 – 30,000 บาท	104	26.00
30,001 – 40,000 บาท	70	17.50
40,001 – 50,000 บาท	29	7.25
50,000 บาท ขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.75 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.25 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และอายุระหว่าง 46–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีการศึกษาระดับมัธยมหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ

11.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.50 และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.75 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แสดงดังตารางที่ตารางที่ 4.2–4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.71	0.45	มากที่สุด
2. ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.72	0.45	มากที่สุด
3. สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.74	มาก
4. ความสำคัญทางประวัติศาสตร์	4.91	0.28	มากที่สุด
5. ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ควรค่าต่อการศึกษารเรียนรู้	4.16	0.75	มาก
ภาพรวม	4.52	0.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52, S.D. = 0.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91, S.D. = 0.28$) รองลงมา คือความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72, S.D. = 0.45$) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10, S.D. = 0.74$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			
1. เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัย	4.73	0.45	มากที่สุด
2. เส้นทางในการเข้าถึงมีความหลากหลาย	3.31	0.46	ปานกลาง
3. มีรถสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.38	0.73	มาก
4. มีรถให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.24	0.57	ปานกลาง
ภาพรวม	3.91	0.31	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D.= 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัยมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, S.D.= 0.45) รองลงมา คือ มีรถสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.38$, S.D.= 0.73) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีรถให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$, S.D.= 0.57)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว			
1. ห้องน้ำมีพอเพียงกับนักท่องเที่ยว	4.26	0.70	มาก
2. ห้องน้ำสาธารณะที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.79	0.71	มาก
3. มีร้านอาหารหลากหลายประเภท	4.44	0.62	มาก
4. ร้านขายของที่ระลึกที่มีคุณภาพ	4.14	0.65	มาก
5. ที่พัก/โรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อการรับนักท่องเที่ยว	4.23	0.65	มาก
6. ที่พัก/โรงแรมมีราคาสมกับชนิดห้องพัก	4.71	0.45	มากที่สุด
7. ที่พัก/โรงแรมมีความสะอาดและปลอดภัย	4.63	0.56	มากที่สุด
8. มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสุขภาพ	4.11	0.66	มาก
ห้างสรรพสินค้า			
ภาพรวม	4.29	0.22	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พัก/โรงแรมมีราคาสมกับชนิดห้องพักมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.45) รองลงมา คือ ที่พัก/โรงแรมมีความสะอาดและปลอดภัย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.56) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ห้องน้ำสาธารณะที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสะอาดมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.71)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ			
1. มีความพึงพอใจในราคาแพ็คเกจทัวร์และการให้บริการท่องเที่ยว	4.30	0.66	มาก
2. มีรายการทัวร์นอกรายการทัวร์หลัก (Optional Tour) ที่น่าสนใจ	3.29	0.72	ปานกลาง
3. มีการจัดการส่งเสริมการขายโดยภาครัฐ	3.74	0.67	มาก
4. มีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการท่องเที่ยว	4.48	0.56	มาก
5. มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เป็นอย่างดี	4.79	0.41	มากที่สุด
6. อธิยาศัยไมตรีของผู้นในท้องถิ่นมีความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว	4.27	0.71	มาก
7. เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้บริการมีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	4.48	0.64	มาก
ภาพรวม	4.19	0.27	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$, S.D.= 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เป็นอย่างดี มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.= 0.41) รองลงมา คือ มีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้บริการมีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, S.D.= 0.56, 0.64 ตามลำดับ) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีราคาทัวร์นอกรายการทัวร์หลัก (Optional Tour) น่าสนใจมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.29$, S.D. = 0.72)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			
1. มีกิจกรรมเกมนันทนาการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	3.32	0.87	ปานกลาง
2. นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น	3.57	0.77	มาก
3. ได้ชมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น	4.37	0.63	มาก
ภาพรวม	3.75	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้ชมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.77) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีกิจกรรมเกมนันทนาการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.87)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ			
1. มีสถานพยาบาล และหน่วยบริการรถฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	4.49	0.55	มาก
2. มีบริการเครือข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.34	0.64	มาก
3. มีการบริการส่งของ หรือไปรษณีย์ที่สะดวก	3.44	0.88	ปานกลาง
4. มีธนาคารหลากหลายให้เลือกใช้บริการ	3.75	0.82	มาก
ภาพรวม	4.00	0.37	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$, S.D.= 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานพยาบาล และหน่วยบริการรถฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.49$, S.D.= 0.55) รองลงมา คือ มีบริการเครือข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.= 0.64) ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีการบริการส่งของ หรือไปรษณีย์ที่สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.44$, S.D. = 0.88)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จังหวัดลพบุรีทุกด้านในภาพรวม

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.52	0.26	มากที่สุด
2. ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.91	0.31	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.29	0.22	มาก
4. ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ	4.19	0.27	มาก
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.75	0.45	มาก
6. ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ	4.00	0.37	มาก
ภาพรวม	4.11	0.14	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีทุกด้านในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D.= 0.26) รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.22) ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D.= 0.27) ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.37) ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.31) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D.= 0.45)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F- test) แสดงดังตารางที่ 4.9 – 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศ				t	p
	ชาย (n= 157)		หญิง (n= 243)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.53	0.25	4.52	0.26	0.381	.703
2. ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.88	0.33	3.93	0.30	1.491	.137
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.22	4.30	0.22	0.667	.505
4. ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ	4.20	0.27	4.19	0.26	0.400	.689
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.76	0.44	3.74	0.46	0.325	.745
6. ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ	3.97	0.39	4.03	0.35	1.596	.111
ภาพรวม	4.10	0.13	4.11	0.14	0.699	.485

จากตารางที่ 4.9 พบว่าปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการเลือกเดินทาง ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.362	6	0.060	0.907	.490
	ภายในกลุ่ม	26.118	393	0.066		
	รวม	26.480	399			
2. ด้านการคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.401	6	0.233	2.477	.023*
	ภายในกลุ่ม	37.037	393	0.094		
	รวม	38.438	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.450	6	0.075	1.508	.174
	ภายในกลุ่ม	19.535	393	0.050		
	รวม	19.985	399			
4. ด้านการจัดรูปแบบ การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.837	6	0.139	1.988	.066
	ภายในกลุ่ม	27.568	393	0.070		
	รวม	28.405	399			
5. ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.618	6	0.103	0.505	.805
	ภายในกลุ่ม	80.281	393	0.204		
	รวม	80.900	399			
6. ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	1.341	6	0.223	1.658	.130
	ภายในกลุ่ม	52.968	393	0.135		
	รวม	54.309	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.110	6	0.018	0.930	.473
	ภายในกลุ่ม	7.756	393	0.020		
	รวม	7.866	399			

$p^* \leq .05$

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยในการเลือกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุในภาพรวมไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาราย ด้าน พบว่า ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่โดย วิธีเชฟเฟ (Scheffe' method) ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดย จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	20-25 ปี	26-30 ปี	31- 35 ปี	36- 40 ปี	41- 45 ปี	46- 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
		3.73	3.94	3.95	3.92	3.82	3.95	3.83
20 – 25 ปี	3.73	-	0.21	0.22	0.19	0.08	0.22	0.10
26 – 30 ปี	3.94	-	-	0.01**	0.02*	0.12	0.14	0.11
31 – 35 ปี	3.95	-	-	-	0.04*	0.14	0.00**	0.13
36 – 40 ปี	3.92	-	-	-	-	0.10	0.04*	0.09
41 – 45 ปี	3.82	-	-	-	-	-	0.14	0.01**
46 – 50 ปี	3.95	-	-	-	-	-	-	0.13
51 ปี ขึ้นไป	3.83	-	-	-	-	-	-	-

$p^* \leq .05$, $p^{**} \leq .01$

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจจาก ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีด้านการคมนาคมเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 – 30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 – 40 ปี 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 – 40 ปี 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 – 40 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 50 ปี และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี อายุต่างกันมีการตัดสินใจจากปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์จังหวัด ลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 – 30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 35 ปี 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 50 ปี และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 – 45 ปีกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยในการเลือกเดินทาง ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.100	4	0.025	0.376	.826
	ภายในกลุ่ม	26.380	395	0.067		
	รวม	26.480	399			
2. ด้านการคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.146	4	0.037	0.377	.825
	ภายในกลุ่ม	38.291	395	0.097		
	รวม	38.438	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.338	4	0.085	1.699	.149
	ภายในกลุ่ม	19.647	395	0.050		
	รวม	19.985	399			
4. ด้านการจัดรูปแบบ การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.306	4	0.076	1.074	.369
	ภายในกลุ่ม	28.099	395	0.071		
	รวม	28.405	399			
5. ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.188	4	0.297	1.472	.210
	ภายในกลุ่ม	79.711	395	0.202		
	รวม	80.900	399			
6. ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.054	4	0.014	0.099	.983
	ภายในกลุ่ม	54.254	395	0.137		
	รวม	54.309	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.047	4	0.012	0.597	.665
	ภายในกลุ่ม	7.819	395	0.020		
	รวม	7.866	399			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยในการเลือกเดินทาง ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.536	3	0.179	2.728	.044*
	ภายในกลุ่ม	25.944	396	0.066		
	รวม	26.480	399			
2. ด้านการคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.189	3	0.063	0.653	.581
	ภายในกลุ่ม	38.248	396	0.097		
	รวม	38.438	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.127	3	0.042	0.842	.472
	ภายในกลุ่ม	19.858	396	0.050		
	รวม	19.985	399			
4. ด้านการจัดรูปแบบ การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.058	3	0.019	0.270	.847
	ภายในกลุ่ม	28.347	396	0.072		
	รวม	28.405	399			
5. ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.480	3	0.160	0.788	.501
	ภายในกลุ่ม	80.419	396	0.203		
	รวม	80.900	399			
6. ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.668	3	0.223	1.643	.179
	ภายในกลุ่ม	53.641	396	0.135		
	รวม	54.309	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.010	3	0.003	0.170	.917
	ภายในกลุ่ม	7.856	396	0.020		
	รวม	7.866	399			

$p^* \leq .05$

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อ

พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จึงทำการทดสอบรายคู่โดย วิธีเชฟเฟ (Scheffe' method) ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา
		4.51	4.48	4.55	4.58
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.51	-	0.04*	0.04*	0.07
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	4.48	-	-	0.08	0.10
ธุรกิจส่วนตัว	4.55	-	-	-	0.03*
นักเรียน/นักศึกษา	4.58	-	-	-	-

$p^* \leq .05$

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจจากปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวที่มีประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน 2) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวที่มีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ 3) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว กับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยในการเลือกเดินทาง ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.685	5	0.137	2.091	.066
	ภายในกลุ่ม	25.795	394	0.065		
	รวม	26.480	399			
2. ด้านการคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.938	5	0.188	1.972	.082
	ภายในกลุ่ม	37.499	394	0.095		
	รวม	38.438	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.136	5	0.027	0.540	.746
	ภายในกลุ่ม	19.849	394	0.050		
	รวม	19.985	399			
4. ด้านการจัดรูปแบบ การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.304	5	0.061	0.852	.514
	ภายในกลุ่ม	28.101	394	0.071		
	รวม	28.405	399			
5. ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.081	5	0.216	1.067	.378
	ภายในกลุ่ม	79.819	394	0.203		
	รวม	80.900	399			
6. ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.546	5	0.109	0.800	.550
	ภายในกลุ่ม	53.763	394	0.136		
	รวม	54.309	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.111	5	0.022	1.132	.343
	ภายในกลุ่ม	7.755	394	0.020		
	รวม	7.866	399			

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ผู้ศึกษาได้สรุปผล อภิปรายผล และเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. วิธีดำเนินการศึกษา
3. สรุปผล
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

5.1.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.2 วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

5.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในที่พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 2,000,000 คน โดยอ้างจากคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในปี พ.ศ. 2562 (สำนักงานสถิติจังหวัดลพบุรี, 2561) ทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% ได้ทั้งสิ้น 400 คน โดยผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการสุ่ม

ตัวอย่างแบบเจาะจงในการแจกแบบสอบถาม ณ เขตพื้นที่พระนครศรีอยุธยา จังหวัดลพบุรี ที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ, 2549)

5.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนครศรีอยุธยา จังหวัดลพบุรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (check list) สอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนครศรีอยุธยา จังหวัดลพบุรี เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 32 ข้อ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) การจัดรูปแบบการให้บริการ (Available Packages) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service)

สำหรับวิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 แล้วนำไปทดลอง (try out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.90

5.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เมื่อผู้ศึกษาได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับการแปลความหมาย กำหนดค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ ชานินทร์ ศิลป์จารุ (2555, น. 111) ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มีผลต่อระดับการตัดสินใจมาก

2.50 - 3.49 หมายถึง มีผลต่อระดับการตัดสินใจ ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

3) วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาค้างนี้ใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม เช่น เพศ จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ซึ่งประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบต่อไปว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของเชฟเฟ (Scheffe's method)

5.3 สรุปผล

ผลการศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี สรุปผลไว้ดังต่อไปนี้

5.3.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.75 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.25 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และอายุระหว่าง 46 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีการศึกษาระดับมัธยมหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.50 และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.75 และส่วนใหญ่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็น

ร้อยละ 33.00 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50

5.3.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีประกอบด้วยปัจจัย 6 ด้าน แบ่งเป็นรายด้านดังนี้

1) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีรถสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ มีรถให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

3) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ที่พัก/โรงแรมมีราคาสัมกับชนิดห้องพัก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ที่พัก/โรงแรมมีความสะอาดและปลอดภัย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ ห้องน้ำสาธารณะที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสะอาด มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

4) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการจัดรูปแบบการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เป็นอย่างดี มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้บริการมีความเอาใจใส่

นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีรายการทัวร์นอกกรอบการทัวร์หลัก (Optional Tour) น่าสนใจ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

5) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้ชมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีกิจกรรมเกมนันทนาการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

6) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานพยาบาล และหน่วยบริการรถฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีบริการเครือข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีการบริการส่งของ หรือไปรษณีย์ที่สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปได้ว่า ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ทุกด้านในภาพรวม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

5.3.3 ตอนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลดังนี้

1) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

2) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือนพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26–30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46–50 ปี และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจจากปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จำนวน 3 คู่ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26–30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี

3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46–50 ปี และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41–45 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป

4) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

5) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวมีประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน 2) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวมีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ 3) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว กับนักท่องเที่ยวเป็นนักเรียน / นักศึกษา

5) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

5.4 อภิปรายผล

5.4.1 การศึกษาปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมี

ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี นั้นมีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ อันได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นพระราชวังโบราณสมัยกรุงศรีอยุธยา ที่แสดงถึงความรุ่งเรืองสูงสุดสมัยหนึ่งของเมืองละโว้ เป็นสถานที่ศึกษาทางประวัติศาสตร์ในด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช นอกจากนี้พระนารายณ์ราชนิเวศน์ยังเป็น โบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีสิ่งแวดล้อมที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546, น. 9) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ที่ได้นำเสนอประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยววนั้นคือ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น

2) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีรถสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ มีรถให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี นั้นมีปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ อันได้แก่ปัจจัยทางกายภาพที่สถานที่ท่องเที่ยวเป็นชุมชนเมืองที่มีความปลอดภัยสามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างปลอดภัย มีรถสาธารณะบริการที่หลากหลายตรงความต้องการและมีสะดวก รวมทั้งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมองว่ารถที่ให้บริการเช่าเหมาเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่มีความจำเป็นมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ กมลวรรณ กาญจนกิตติ (2545, น. 10) กล่าวถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงจุดที่น่าสนใจได้ ได้แก่ การคมนาคมขนส่งที่

สะดวกสบายและสามารถพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ หากแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมขนส่งไปไม่ถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ลดคุณค่าลง ตรงกันข้ามแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวกสบายก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่า และสอดคล้องกับ บุษาริส (Buhalis, 2000, p. 154) ที่สรุปว่าการเข้าถึง (Accessibility) การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

3) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พัก/โรงแรมมีราคาสมกับชนิดห้องพัก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ที่พัก/โรงแรมมีความสะอาดและปลอดภัย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ห้องน้ำสาธารณะที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสะอาด มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พัก / โรงแรม ในตัวเมืองจังหวัดลพบุรี มีให้นักท่องเที่ยวเลือกสำรองห้องพักได้ผ่านเว็บไซต์ แสดงให้เห็นตัวอย่างห้องพัก และราคาที่เหมาะสมได้ง่าย มีตัวเลือกห้องพักหลากหลายและมีจำนวนพอเพียงกับการเข้าพัก และเมื่อเดินทางมายังสถานที่พักยังพบว่ามีความเป็นจริง มีความสะอาดปลอดภัย จึงเกิดความรู้สึกว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี นั้นมีปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551, น. 16) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน คือ Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี นั้นมีปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ อันได้แก่ การ

4) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการจัดรูปแบบการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เป็นอย่างดี มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้บริการมีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีรายการทัวร์นอกรายการทัวร์หลัก (Optional Tour) น่าสนใจ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจ

กับมณฑลเทศาภิบาลที่ท้องถื่นประจำจังหวัดลพบุรีที่มีความรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดเป็นอย่างดี เพราะมณฑลเทศาภิบาลนี้ได้รับการฝึกอบรมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในจังหวัดลพบุรีทุกจุดทั้งในพระนารายณ์ราชนิเวศน์ และศึกษาวัฒนธรรมชุมชนทางประวัติศาสตร์ถึงปัจจุบันที่มีการอนุรักษ์ไว้ส่งผลให้มณฑลเทศาภิบาลที่ท้องถื่นสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี อีกทั้งการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีมีการประชาสัมพันธ์งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช จังหวัดลพบุรี เป็นประจำทุกปี และได้รับความร่วมมือจากประชาชนในจังหวัดลพบุรีด้วยการแต่งกายด้วยชุดไทย เพื่อเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนารายณ์มหาราช และเป็นการอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถื่น นอกจากนี้ยังส่งเสริมการศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 121-123) ที่นำเสนอปัจจัยที่จูงใจให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยว เพราะความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของท้องถื่นที่ตนไปเที่ยว ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถื่นนั้น จึงเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีเพราะมีมณฑลเทศาภิบาลที่ท้องถื่นมีความรู้เป็นอย่างดี และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

5) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้ชมกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมของท้องถื่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถื่น มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีกิจกรรมเกมนันทนาการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี เคยได้รับประสบการณ์ในการเข้าชมในช่วงที่มีการจัดงานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 10 วัน 10 คืน ณ พระนารายณ์ราชนิเวศน์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และโบราณสถานต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียง โดยเอกลักษณ์ของงานนี้จะอยู่ตรงที่ผู้เข้าร่วมงาน พร้อมใจกันแต่งกายด้วยชุดไทยงามสง่ามาเที่ยวชมงาน เกิดเป็นภาพที่สวยงาม ทำให้ผู้คนต่างรอคอยที่จะมาเที่ยวงานนี้ ซึ่งในทุก ๆ ปี ทางหน่วยงานท้องถื่นก็ได้มีการณรงค์ให้ชาวลพบุรีแต่งกายด้วยชุดไทยก่อนระยะเวลาการจัดงาน 1 เดือนอย่างพร้อมเพรียงกันทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักเรียน นักศึกษา และประชาชน สำหรับกิจกรรมภายในงานก็มีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย อาทิ ขบวนแห่ประวัติศาสตร์, พิธีบวงสรวงสมเด็จพระนารายณ์มหาราช, การรำถวายมือ, ตลาดย้อนยุค การประกวดธิดาละโว้, การแสดงแสง เสียง งานราตรีวังนารายณ์, การแสดงประวัติศาสตร์จินตนาการ,

ทหารวังเปลี่ยนเวร, การแสดงละครลิง, กิจกรรมแต่งไทย จดทะเบียนสมรส, หมากรุกคน, ลานอาหารพื้นบ้าน, การแสดงศิลปวัฒนธรรม, การจำหน่ายสินค้า OTOP และของดีจังหวัดลพบุรี เป็นต้น จึงเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีเพราะได้ชมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546, น. 9) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ที่ได้นำเสนอประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยววนั้นคือทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

6) ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสถานพยาบาล และหน่วยบริการรถฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีบริการเครือข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีการบริการส่งของ หรือไปรษณีย์ที่สะดวก มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยบริการรถฉุกเฉิน และการบริการเครือข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการอำนวยความสะดวกเมื่อเดินทางท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความต้องการความปลอดภัย และความมั่นใจในการอำนวยความสะดวกด้านการรักษาพยาบาล หากมีการเจ็บป่วยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถติดต่อสื่อสารไปยังญาติมิตร เพื่อนฝูง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวยังสามารถติดต่องาน หรือทำธุรกิจต่าง ๆ ให้ดำเนินไปได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวคลายกังวลได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Buhalis (2000, p. 154) ที่สรุปว่า การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญที่ประการหนึ่งที่จะสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้กับนักท่องเที่ยว

5.4.2 การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีประเด็นที่น่าสนใจ อภิปรายผล ดังนี้

1) เพศ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญเหลือ มีประวัติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

2) อายุ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26–30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36–40 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46–50 ปี และ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจจากปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26–30 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31–35 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46–50 ปี และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41–45 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ผลที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะในด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันเพราะประสบการณ์และมุมมองหรือแนวคิดในเรื่องการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ดังนี้ 1) คิดเห็นว่าเส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด 2) คิดเห็นว่าเส้นทางในการเข้าถึงมีความหลากหลายอยู่ในระดับปานกลาง 3) คิดเห็นว่ามรดกสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และ 4) คิดเห็นว่ามรดกให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันทิกา หิรัญเทศ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษพบว่า

การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหว็ดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อ จำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่แตกต่างกัน

3) ระดับการศึกษา ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันตพร ศรีวิไล (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหว็ดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหว็ดนครพนม จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

4) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวมีประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน 2) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวมีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และ 3) นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว กับนักท่องเที่ยวเป็นนักเรียน / นักศึกษา ซึ่งสาเหตุที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพต่างกันมีระดับการตัดสินใจในปัจจัยในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันนั้นอาจเป็นเพราะมุมมอง หรือการได้รับประสบการณ์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรีที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ซึ่งผลการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญเหลือ มีประวัติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

5) ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของวันทิกา หิรัญเทศ (2556) ได้

ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อ จำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่แตกต่างกัน

5.5 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา เรื่อง เรื่อง ปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี ผู้ศึกษาสามารถสรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญและน่าสนใจได้ดังนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ควรปรับปรุงสิ่งแวดล้อมที่สวยงามมากขึ้น ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ เช่น วัชชิวฒนา งาม บ้านวิชาเยนทร์ ที่ยังขาดการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม และควรปรับปรุงให้มีการแสดงถึงประเพณี และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ในงานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์ เช่น การสอนทำอาหารคาวหวานในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ การนำดินสอพองที่ขึ้นชื่อในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชมาใช้ประโยชน์ในการดูแลสภาพและใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

2) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ควรสนับสนุนให้มีรถยนต์บริการเช่าเหมาเพื่อนำพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว พระนารายณ์ราชนิเวศน์ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดลพบุรี ได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ควรจัดให้มีสาธารณสุขุมนั้นตรวจสอบความสะอาดของสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยว ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำที่ให้บริการนักท่องเที่ยว

4) การจัดรูปแบบการให้บริการ

ในการจัดรายการทัวร์หลักเพื่อพานักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมพระนารายณ์ราชนิเวศน์แล้ว ควรจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ เสริมด้วย เช่น ทัวร์ขี้จักรยานชมเมืองลพบุรี ทัวร์ไหว้พระประจำจังหวัดลพบุรี ทัวร์เรียนรู้การทำขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ซึ่งเป็นขนมสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เป็นต้น

5) กิจกรรมการท่องเที่ยว

ควรสนับสนุนให้มีโฮมสเตย์สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพัก จะได้ท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นลพบุรี เช่น หมู่บ้านไทพวน และควรจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเล่นพื้นบ้านของท้องถิ่นลพบุรี เพื่อสร้างความประทับใจและเกิดเรียนรู้

6) การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

ควรจัดหน่วยบริการรถพยาบาลฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในวันหยุด ณ จุดท่องเที่ยว ควรจัดให้มีตู้เอทีเอ็มไว้บริการหลากหลายธนาคารใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มจุดบริการส่งของหรือไปรษณีย์สาขาย่อยที่สะดวกใกล้กับที่พัก / โรงแรม

5.5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
- 2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
- 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 4) ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหการให้บริการท่องเที่ยว

DRU

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กมลวรรณ กาญจนกิตติ. (2545). ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงใหม่.
(การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวภาคกลางตอนบน.
กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). พระนารายณ์ราชวินัย จ. ลพบุรี. ลพบุรี : ผู้แต่ง.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่
2 (พ.ศ. 2560 – 2564). กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จักรพงษ์ ขวัญเมือง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทิชา วรรณดอนม. (2552). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : วิรัตน์เอดดูเคชั่น.
- จิตรพร ประดิษฐ์รอด (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกท่องเที่ยวประเภทของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ลานนา
การพิมพ์.
- ทัศนวรรณ วิพุททกษมานนท์. (2544). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการ
ท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมชม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อ
การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนท์.

นันทพร ศรีวิไล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่:

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2545). การจัดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: ซี พี บุ๊ค สแตนดาร์ด.

บุญเหลือ มีประวัติ. (2553). ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน ของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

เบญจพร แสนพลมาตย์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยกรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในโซนเอเชีย.

(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พลอยระวี ชลวณิช. (2555). แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุใน

กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2551). หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. (2560). พระนารายณ์ราชนิเวศน์. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2562, จาก

<http://library.tru.ac.th/inlop/lptour/117-lptunarai.html>

ยิ่งยศ ปัญญาโน. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2553). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัด ไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา

โทบริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

รุจยา คำพรรณ. (2546). พฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดนครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

วณะ ภูพานี. (2555). *Consumer's decision making*. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2562, จาก
<http://goo.gl/pjEE8E>.

วรรณ วลัยวานิช. (2542). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันทิกา หิรัญเทศ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ:
Diamond in Business World.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คลังนาวิทยา.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). โครงการศึกษากิจกรรม
การตลาดการท่องเที่ยวของภาคเอกชน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). คู่มือมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 –
2560. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานสถิติการท่องเที่ยวประเทศไทย
ประจำปี พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานสถิติจังหวัดลพบุรี. (2561). วิเคราะห์และสรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลกลาง เรื่อง “การ
ท่องเที่ยว” จังหวัดลพบุรี. ลพบุรี: ผู้แต่ง.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2555). การท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์. สืบค้น 1 มีนาคม 2562, จาก

<https://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=11028>

อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ,
13(1), 199-132.



ภาคผนวก

ภาคผนวก
แบบสอบถาม





เรื่อง บัณฑิตในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบบัณฑิตในการเลือกเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปเยือน พระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2. บัณฑิตในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1. เพศ

1. ☐ ชาย

2. ☐ หญิง

2. อายุ

1. ☐ 20-25 ปี

2. ☐ 26 - 30 ปี

3. ☐ 31 - 35 ปี

4. ☐ 36 – 40 ปี

5. ☐ 41 – 45 ปี

6. ☐ 46 – 50 ปี

7. ☐ มากกว่า 51 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ☐ มัธยมหรือต่ำกว่า

2. ☐ ปวช.

3. ☐ ปวส.

4. ☐ปริญญาตรี

5. ☐ปริญญาโท – สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

1. ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. ☐ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน
3. ☐ ธุรกิจส่วนตัว 4. ☐ นักเรียน/นักศึกษา

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. ☐ 10,000 – 20,000 บาท
3. ☐ 20,001 – 30,000 บาท 4. ☐ 30,001 – 40,000 บาท
5. ☐ 40,001 – 50,000 บาท 6. ☐ 50,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป
ท่องเที่ยวพระนารายณ์ราชนิเวศน์ จังหวัดลพบุรี

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
1.1 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
1.2 ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
1.3 สิ่งแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
1.4 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์					
1.5 ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ควรค่าต่อการศึกษาเรียนรู้					
2. การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
2.1 เส้นทางในการเข้าถึงมีความปลอดภัย					
2.2 เส้นทางในการเข้าถึงมีความหลากหลาย					
2.3 มีรถสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
2.4 มีรถให้บริการเช่าเหมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
3.1 ห้องน้ำมีพอเพียงกับนักท่องเที่ยว					
3.2 ห้องน้ำสาธารณะที่ให้บริการ นักท่องเที่ยว มีความสะอาด					
3.3 มีร้านอาหารหลากหลายประเภท					
3.4 ร้านขายของที่ระลึกที่มีคุณภาพ					
3.5 ที่พัก/โรงแรมมีจำนวนเพียงพอต่อการ รับนักท่องเที่ยว					
3.6 ที่พัก/โรงแรมมี ราคาสมกับชนิด ห้องพัก					
3.7 ที่พัก/โรงแรมมีความสะอาดและ ปลอดภัย					
3.8 มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสุขภาพ ห้างสรรพสินค้า					
4. การจัดรูปแบบการให้บริการ					
4.1 มีความพึงพอใจในราคาแพ็คเกจทัวร์ และการให้บริการท่องเที่ยว					
4.2 มีรายการทัวร์นอกการขายทัวร์หลัก (Optional Tour) น่าสนใจ					
4.3 มีการจัดการส่งเสริมการขายโดยภาครัฐ					
4.4 มีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการ ท่องเที่ยว					
4.5 มักคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้เป็นอย่างดี					
4.6 อหิชาติยไมตรีของผู้นคนในท้องถิ่นมี ความ เป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว					
4.7 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้บริการมีความเอา ใจใส่นักท่องเที่ยว					

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
5.1 มีกิจกรรมเกมนันทนาการระหว่างเดินทางท่องเที่ยว					
5.2 นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น					
5.3 ได้ชมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น					
6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ					
6.1 มีสถานพยาบาล และหน่วยบริการรถฉุกเฉินอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว					
6.2 มีบริการเครือข่ายโทรศัพท์อินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก					
6.3 มีการบริการส่งของ หรือไปรษณีย์ที่สะดวก					
6.4 มีธนาคารหลากหลายให้เลือกใช้บริการ					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายณราธิป สิงห์สูง

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2558 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

คณะวิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

