

การวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา: วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
An Analysis of Cultural Tourism Factors of Thai Tourists: A Case Study
of Chaiwatthanaram Temple Phra Nakhon Si Ayutthaya

พัชร์ อัครพัฒน์กำชัย* กัญยรัตน์ คงพร**

Phawat Akkarapatkamchai, Kanyarat Kongporn

Received: April 30, 2020 Revised: May 23, 2020 Accepted: June 2, 2020

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมภายในบริเวณพื้นที่วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 500 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง ช่วงเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม 2562 สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลปัจจัยทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท มีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล เดินทางมาเที่ยวโดยทางรถไฟ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ 2) ข้อมูลระดับปัจจัยการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง ด้านการต้อนรับ ด้านเพศ ด้านอาชีพ ด้านรายได้ และด้านแรงจูงใจ 3) การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากการท่องเที่ยว คือ ตัวแปรถิ่นที่อยู่ รองลงมา คือ ตัวแปรด้านอาชีพ ด้านรายได้

* หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Bachelor of Art Program in Tourism, Faculty of Management, Phanakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

** หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Bachelor of Art Program in Tourism, Faculty of Management, Phanakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

ด้านการต้อนรับ ด้านการจูงใจ ด้านการเข้าถึง ด้านเพศ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เพราะสถานที่จอดรถยังมีไม่เพียงพอ

คำสำคัญ (Keywords): การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม; นักท่องเที่ยวชาวไทย; วัดไชยวัฒนาราม

Abstract

An Analysis of Cultural Tourism Factors of Thai Tourists: A Case Study of Chaiwatthanaram Temple Phra Nakhon Si Ayutthaya The research model was quantitative research by collecting questionnaires. The sample group in this research was a group of Thai tourists visiting the area of Chaiwatthanaram temple area. Phra Nakhon Si Ayutthaya province, 500 people collected data by themselves. During October - December 2019, the statistics used are percentage, average, standard deviation. And confirmatory element analysis (Confirmatory Factor Analysis: CFA) The results of the research are as follows: 1) General factor data shows that most of them are women. Graduated from high school Have a career in trading / doing personal business With a monthly income of 15,001 - 30,000 baht. Residing in Bangkok and its vicinity Traveled by train Frequency of travel 3 times a year come to travel because of advertising in various media. 2) Tourism factor level information shows that in general, the average is at a moderate level. In terms of attractiveness Facilities Access side In terms of hospitality, gender, occupation, income and motivation. 3) Analysis of the factors of cultural tourism of Thai tourists found that the most influenced variable from tourism is the resident variable, followed by Career variables, incomes, hospitality, motivation, accessibility, sex, attraction As for the facilities With the least average Because there is not enough parking space

Keywords: cultural tourism; Thai tourists; Wat Chaiwatthanaram

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้น มาตรการชิมช้อปใช้ ระยะที่ 1 และ 2 ช่วยสร้างรายได้ หมุนเวียนในจังหวัดท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองรอง” ในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 16.47 ล้านคน-ครั้ง ขยายตัวที่ร้อยละ 2.30 สร้างรายได้ 0.09 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.89 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ในเดือนตุลาคมการท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มกลับมาขยายตัวโดยมีปัจจัยจาก

ช่วงเวลาที่เริ่มเข้าสู่ฤดูการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงปรับตัวสูงขึ้น ส่วนหนึ่ง เป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชิมช้อปใช้ ระยะเวลาที่ 1 และ 2 ทำให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในจังหวัด ท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 132.75 ล้านคน/ครั้ง ขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.57 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 0.89 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.23 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา จังหวัดที่มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปทุมธานี บุรีรัมย์ พัทลุง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : 2562)

การพัฒนาการท่องเที่ยวและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทางกระทรวงการท่องเที่ยวได้ร่วมมือกับ กระทรวงต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในการเดินทางทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ครอบคลุมพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงหลักความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และยกระดับความสะดวกให้ครอบคลุมทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รองรับบริการขยายตัวของ นักท่องเที่ยวในอนาคต โดย World Tourism Organization (UNWTO) คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวน 1.4 พันล้านคน และจะขยายตัวเป็น 1.8 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 และคาดการณ์ว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเติบโตมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนแบ่ง ตลาด 30% ในปีพ.ศ. 2573 โดยคาดการณ์ว่าอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีนักท่องเที่ยวเดินทาง ไปเที่ยวไม่ต่ำกว่า 187 ล้านคน 12 แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของประเทศเพื่อรองรับการ ขยายตัวของ นักท่องเที่ยวในกลุ่มใหม่ ๆ ทางด้านมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของกระทรวงการคลัง “ชิมช้อปใช้” ระยะเวลาที่ 1 สร้างการหมุนเวียนของเม็ดเงินไม่ต่ำกว่า 8,000 ล้านบาท เป้าหมายในการเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจฐานรากทั้งประเทศ ตั้งแต่ ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน โฮมสเตย์ จำนวนกว่า 1.7 แสนราย มีเงินหมุนเวียนในระบบกว่า 2-3 หมื่นล้านบาท สะท้อนภาพความพยายามในการสร้างบรรยากาศทางเศรษฐกิจแบบทุกภาคส่วน จากเศรษฐกิจภายในประเทศ ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจโลก อยู่ในภาวะชะลอตัว โดยประชาชนส่วนใหญ่นิยมนำเงินที่ได้รับจากภาครัฐไปใช้ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคใน ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ร้านขายของชำทั่วไป ไปจนถึงห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่าคนกรุงเทพฯจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การกลับภูมิลำเนา รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการสัมมนา โดยคาดการณ์ว่าสามารถสร้างรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวถึง 60,000 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : 2562)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) และ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือ เป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก

โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้กำหนด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการ (1) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (2) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว (3) พัฒนาเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในสายตาโลก (4) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ (5) พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยว จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ ภาษาต่างประเทศทั่วประเทศ และ (6) พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ประเด็นด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (4.3) สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค โดยมีประเภทการท่องเที่ยว ดังนี้ (4.3.1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์และการจัดทำแผนพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น พร้อมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลและตามศักยภาพของพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววิถีพุทธของโลก (4.3.2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก (4.3.3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์โดยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและการเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (4.3.4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสำราญทางทะเลและชายฝั่ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น (4.3.5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาคไปพร้อมกัน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีแหล่งโบราณสถานสำคัญและสวยงามให้ได้ไปเที่ยวมากมาย หนึ่งในนั้นก็คือ "วัดไชยวัฒนาราม" วัดโบราณที่สร้างมามากกว่า 300 ปี ปัจจุบันยังคงสวยงามและน่าไปเที่ยวชมมาก ๆ และยังเป็นสถานที่ถ่ายทำละครอันโด่งดังในยุคทีวีดิจิตอลอย่างเรื่อง "บุพเพสันนิวาส" หากใครกำลังจะเดินทางไปตามรอยบุพเพสันนิวาสหรืออยากรู้จักกับวัดนี้ให้มากขึ้น วัดไชยวัฒนารามมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ไทย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ณ กรุงคาร์เธจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 กรมศิลปากรได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยา ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 102 ลงวันที่ 17 สิงหาคม พุทธศักราช 2519 พื้นที่ 1,810 ไร่ และในปี พุทธศักราช 2540 กรมศิลปากรได้ประกาศกำหนดเขตที่ดินโบราณสถานพระนครศรีอยุธยาเพิ่มเติม ซึ่งครอบคลุมเกาะเมืองอยุธยา และพื้นที่รอบนอกเกาะเมืองทุกด้านที่ปรากฏหลักฐานด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี รวมพื้นที่โบราณสถานประมาณ 3,000 ไร่ (มิวเซียมไทยแลนด์ : ออนไลน์)

ในฐานะของผู้ที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาและเห็นถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีความสนใจที่จะมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงสนใจที่จะทำการ “ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยส่งเสริมความรู้ทางวิชาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแหล่งอื่น ๆ ทั้งยังจะเป็นประโยชน์ในด้านการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างเสริมศักยภาพของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมภายในบริเวณพื้นที่วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 500 คน เก็บแบบสอบถามช่วงเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เก็บแบบสอบถามในช่วงเวลาปกติ เวลา 08.00 – 17.00 น. ในวันจันทร์-วันอาทิตย์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทั่วไป โดยจะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 9 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ด้านการเข้าถึง (4) ด้านการต้อนรับ 2) ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านเพศ (2) ด้านอาชีพ (3) ด้านรายได้ (4) ด้านถิ่นที่อยู่ (5) ด้านแรงจูงใจ

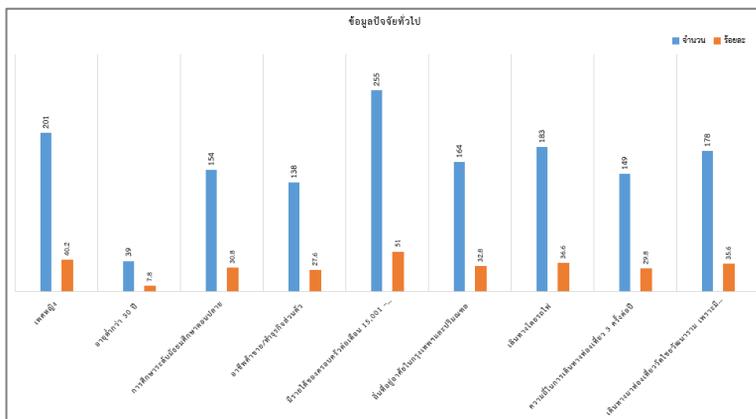
4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้หาวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

4.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

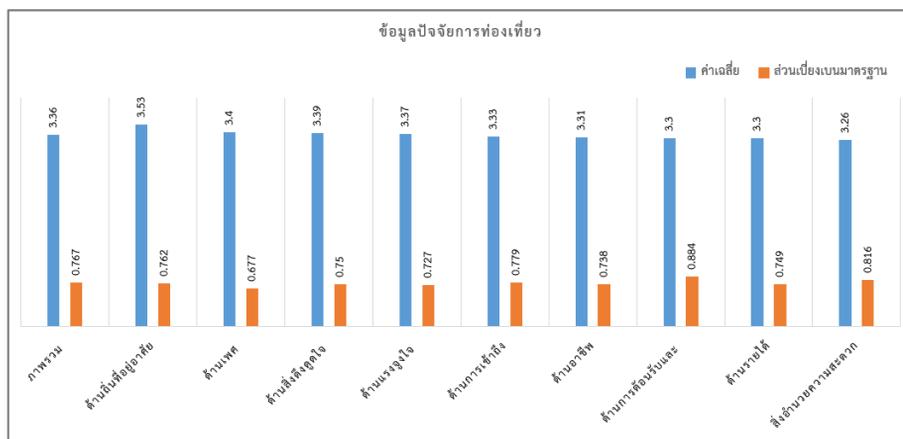
4.2 สถิติที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

ผลการวิจัย (Research Results)



แผนภูมิที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทั่วไป

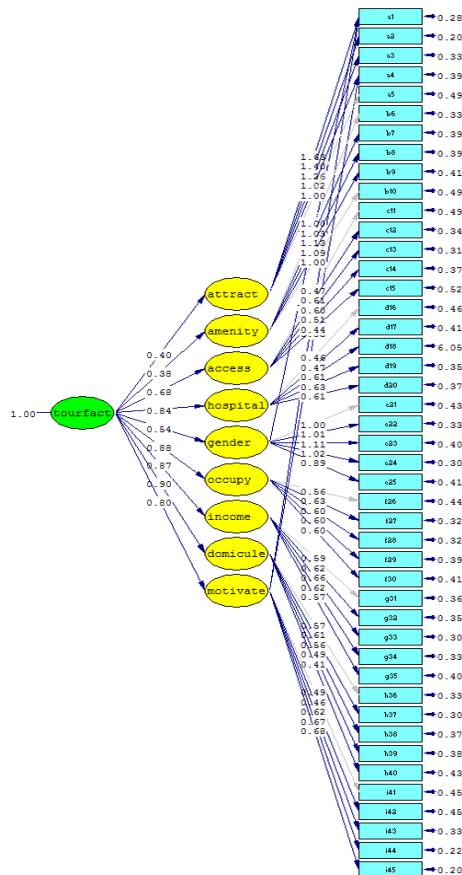
1. ข้อมูลปัจจัยทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีอาชีพค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 เดินทางโดยรถไฟ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 เดินทางมาท่องเที่ยววัดไชยวัฒนาราม เพราะมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6



แผนภูมิที่ 2 ข้อมูลปัจจัยการท่องเที่ยว

2. ข้อมูลปัจจัยการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่เห็นว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ด้านถิ่นที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .762 รองลงมาคือ ด้านเพศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .677 ปัจจัยการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .750 อันดับต่อมาคือ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ด้านแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .727 ปัจจัยการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .779 ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ด้านอาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .738 ปัจจัยการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ด้านรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .884 และ .749 ตามลำดับและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .816

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า 1) ผลการทดสอบความสอดคล้องขององค์ประกอบปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) ที่มีค่า 0.63 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.094 ซึ่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์โมเดลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับตัวแปรสังเกตได้ซึ่งเป็นตัวแปรบ่งชี้คุณลักษณะของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 45 ตัว มีขนาดตั้งแต่ 0.49 ถึง 3.29 และมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในขณะที่องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองแสดงความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมด 9 ตัว มีขนาดตั้งแต่ 0.23 ถึง 0.79 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



สรุปได้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากการท่องเที่ยว คือ ตัวแปรด้านถิ่นที่อยู่ รองลงมา คือ ตัวแปรด้านอาชีพ ด้านรายได้ ด้านการต้อนรับ ด้านการจูงใจ ตัวแปรด้านการเข้าถึง ด้านเพศ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ข้อมูลปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งด้าน ปัจจัยในการบริการการของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย มีการจูงใจและมีการต้อนรับที่ดี เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย และอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจตน์สฤกษ์ สันขพันธ์ และคณะ (2016) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากการท่องเที่ยว คือ ตัวแปรถิ่นที่อยู่ รองลงมา คือ ตัวแปรด้านอาชีพ ด้านรายได้ ด้านการต้อนรับ ด้านการจูงใจ ตัวแปรด้านการเข้าถึง ด้านเพศ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์ประกอบของตัวแปรมีความเหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานหลักของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา หล่อตระกูล (2562) วิจัยเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ตัวบ่งชี้ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทุกตัวบ่งชี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ข้อมูลเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวคือ ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวด้านถิ่นที่อยู่ รองลงมาคือตัวแปรด้านอาชีพ ด้านรายได้ ตัวแปรปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวด้านการต้อนรับ ด้านแรงจูงใจ ด้านการเข้าถึง ด้านเพศ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

1.1 ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยในการจัดระเบียบสถานที่จอดรถ และเส้นทางคมนาคมเข้าถึงวัดได้สะดวก

1.2 ควรส่งเสริมให้มีปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการขายสินค้าและการขายของที่ระลึก

1.3 วัดไชยวัฒนาราม ควรรักษาความเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้อยู่คู่กับเมืองมรดกโลกต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วน ควรมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น

2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเที่ยวมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว พ.ศ. 2562.**

กรุงเทพมหานคร. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง
เจตน์สถิตย์ สันขพันธ์ เกิดถวา บุญปรการ ชูติมา หวังเบญหมัด อรุณพร อธิมาตรไมตรี และ
Kathylene Remegio. (2016). “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำ
คลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา”. **วารสารวิทยาการจัดการ**. 33(1), 25-50.

คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). **ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580)**. กรุงเทพมหานคร :
สำนักนายกรัฐมนตรี.

มิวเซียมไทยแลนด์, มรดกโลกอยุธยา, [ออนไลน์].แหล่งที่มา:www.museumthailand.com, [1
ตุลาคม 2562.]

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564)**. กรุงเทพมหานคร : สำนัก
นายกรัฐมนตรี.

อัจฉรา หล่อตระกูล. (2562). “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย กรณีศึกษา : พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. **วารสาร มจร
สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 8(3), 178-188.