ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

Factors Influencing the Traveling Decision, Satisfaction and Intention of Traveling and Repeated Services of Thai Tourists Visiting Ayutthaya Historical Park

อัลว๊าด ฆ้องวงษ์
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Executive MBA One-Day Program
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
e-mail: an_ward@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่อการตัดสินใจกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 6) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา การศึกษาวิจัยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนแบบลิเคิร์ท ที่มีค่าความน่าเชื่อถือ 0.930 เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ชุด โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane และใช้การสุ่มตัวอย่างที่สะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่า t-test การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) 2) ความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) 3) ความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05) 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน 5) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่อการตัดสินใจกับความพึงพอที่มาท่องเที่ยวใจพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกสูง (r = 0.827) 6) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกสูง (r = 0.711)

คำสำคัญ : อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, องค์ประกอบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

ABSTRACT

This survey research aimed to: 1) study the factors influencing the traveling decision of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park 2) study the satisfaction of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park 3) study the intention of traveling and repeated services of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park 4) compare the satisfaction of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park as relating to personal data 5) study correlation of factors influencing the travelling decision and satisfaction of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park 6) study correlation of satisfaction and the intention of traveling and repeated services of Thai tourists visiting Ayutthaya Historical Park. The research study employed Likert scale questionnaire with reliability to 0.930 a tool for collecting data. The sampling respondent of 400 were calculated by Yamane equation and convenient sampling were applied. The data analysis employed both descriptive statistic such as frequencies percentage, means and standard deviation and inferential statistic consist of t-test, ANOVA and Pearson Correlation Coefficient. The research findings revealed the following: 1) The factors influencing the travelling decision of Thai tourists which indicated the overall acceptance value at high level ($\overline{X}$ = 3.70) 2) The satisfaction of traveling which indicated the overall acceptance value at high level ($\overline{X}$ = 3.70) 3) The intention of traveling and repeated services which indicated the overall acceptance value at high level ($\overline{X}$ = 4.05) 4) Comparing the satisfaction of traveling as relating to personal data, the findings revealed the significant differences at 0.05 on gender, age, education, marital status, monthly income and present address 5) The correlation between factors influencing the travelling decision and satisfaction of traveling revealed the positively high correlation (r = 0.827) 6) The correlation between satisfaction and the intention of traveling and repeated services revealed the positively high correlation (r = 0.711).

Keywords: Ayutthaya Historical Park, The factors influencing the traveling decision

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมการบริการที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมของหลายประเทศทั่วโลก และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ นำมาซึ่งเงินตราทั้งในและระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก รวมทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในภาคการผลิต การบริการ การสร้างงานสร้างอาชีพ และช่วยให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอีกมากมาย อาทิ ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจการคมนาคมขนส่งธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง และมีผลสำคัญต่อการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการค้าและการลงทุนซึ่งเป็นส่วนส่งเสริมที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยการคาดการณ์ขององค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมคือ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, 2555)

การท่องเที่ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่นำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลกต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าสู่ประเทศ โดยจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลและหน่วยงานของกลุ่มประเทศนั้นๆ ต่างพากันจัดตั้งองค์กรด้านการท่องเที่ยว เพื่อหวังที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงาน สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะ

เป็นการกระจายการพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข และสาธารณูปโภค ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม การขนส่ง ภัตตาคาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร, 2552)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม สังคมและปัญหาเศรษฐกิจ ตลอดจนการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคนได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวาง ทำให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แต่ละประเทศมีอยู่ ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละประเทศจะรู้จักใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ตนมีอยู่นั้นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ยิ่งการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นเพียงใด ก็ยิ่งจะเป็นการเผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของประเทศให้คนทั้งโลกได้รู้จักมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมายหลายประเภท อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว ทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนแต่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงทำให้อัตราการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา และเมื่อได้ทำการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวใน 124 ประเทศพบว่า ประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้น โดยในปี 2550 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก และปี 2552 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก (World Economic Forum, 2009)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอดีตราชธานีของไทยมีหลักฐานของการเป็นเมืองในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ประมาณพุทธศตวรรษที่ 16-18 โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และเรื่องราวเหตุการณ์ในลักษณะ ตำนานพงศาวดาร ไปจนถึงหลักศิลาจารึก ซึ่งถือว่าเป็นหลักฐานร่วมสมัยที่ใกล้เคียงเหตุการณ์มากที่สุด ซึ่งเมืองอโยธยาหรืออโยธยาศรีรามเทพนคร หรือเมืองพระราม มีที่ตั้งอยู่บริเวณด้านตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา มีบ้านเมืองที่มีความเจริญทางการเมือง การปกครอง และมีวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองแห่งหนึ่ง มีการใช้กฎหมายในการปกครองบ้านเมือง 3 ฉบับ คือ พระอัยการลักษณะเบ็ดเสร็จ พระอัยการลักษณะทาส พระอัยการลักษณะกู้หนี้

ปรากฏการณ์สนับสนุนจากกระแสละครอิงประวัติศาสตร์เรื่อง บุพเพสันนิวาส ในปี 2561 ส่งผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้านนายอิสระพงษ์ แทนศิริ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยากล่าวว่า ในปี 2561 เกิดกระแสขึ้นหลายๆ อย่าง โดยเฉพาะละครที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมาก คาดว่ากระแสจากละครจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงปี 2562 เนื่องจากมีหลายหน่วยงาน หลายองค์กร ที่เข้ามาถ่ายทำละครที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561)

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ภายในเกาะเมืองอยุธยา ซึ่งเคยเป็นอดีตราชธานีของชาติไทยที่มีอายุกว่า 417 ปี ในช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน กรุงศรีอยุธยามีความเจริญก้าวหน้าทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการปกครอง กฎหมาย การศาล ระบบสังคม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ประณีตศิลป์ ภาษาวรรณกรรม นาฏดุริยางค์ศิลป์ และศิลปะวิทยาการทุกแขนงที่คนไทยในอาณาจักรอยุธยาสั่งสมไว้นั้น ปรากฏหลักฐานทางโบราณสถาน โบราณวัตถุ อันทรงคุณค่าและยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อปี 2525 กรมศิลปากรได้ดำเนินการอนุรักษ์โบราณสถานเมืองพระนครศรีอยุธยาภายใต้ชื่อ "โครงการอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา" และต่อมาในปี 2534 อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับความสนใจและมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสะดวกใน

ด้านของการเดินทาง ระยะทางใกล้กรุงเทพฯ อีกทั้งภาครัฐและเอกชนยังร่วมมือกันจัดกิจกรรมต่างๆ และสร้างสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2561-2562 ซึ่งมีผลมาจากกระแสละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส เช่น ถนนคนเดิน (Ayutthaya Night Market) ธุรกิจร้านเช่าชุดไทยเพื่อถ่ายภาพตามสถานที่โบราณสถาน งานยอยศยิ่งฟ้าอยุธยามรดกโลก และแหล่งโบราณสถานที่บางแห่งจากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส ภาครัฐยังช่วยประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นต้น ในปี 2560 จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีนักท่องเที่ยวจำนวน 7,631,557 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ของนักท่องเที่ยวในภาคกลาง เป็นอันดับ 7 ของประเทศ และเป็นอันดับ 2 ของภาคกลาง โดยแบ่งเป็นนักทัศนาจรไม่พักค้างคืนจำนวน 5,994,376 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 นักท่องเที่ยวพักค้างคืนจำนวน 1,637,181 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 มีรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด 16,901.48 ล้านบาท โดยปี 2558-2660 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.7 5.7และ 10.4 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2561)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อที่จะได้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถที่จะนำไปประเมินและสร้างจุดแข็งเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยว นำข้อดีและข้อด้อยไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ให้ดียิ่งขึ้น นำมาซึ่งความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำ เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อนั้น ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญอย่างมากต่อความมั่นคง และความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไปบอกต่อ นั่นหมายความว่า นักท่องเที่ยวเหล่านั้นย่อมมีโอกาสที่จะมาใช้บริการซ้ำ จึงเป็นการรักษาฐานนักท่องเที่ยวเดิม และเพิ่มฐานนักท่องเที่ยวใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ธุรกิจร้านอาหารและร้านกาแฟต่างๆ ได้วางแผนนโยบาย มาตรการและแนวทางการทำงาน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

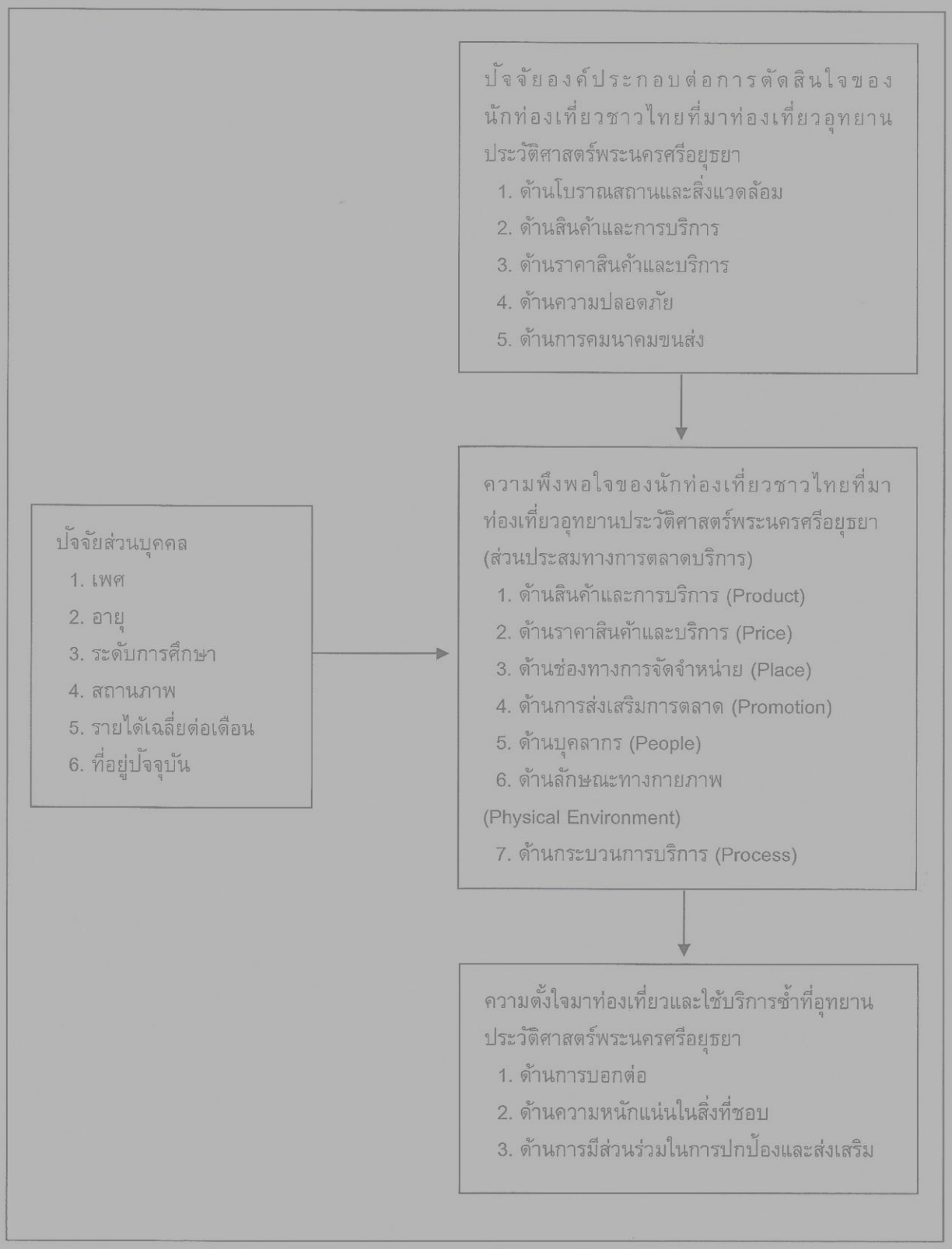
วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่อการตัดสินใจกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระจำนวนคือ ปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรตาม 3 กลุ่มคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด) และความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดี่ยว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร ซึ่งสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้



สมมติฐานของการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3. ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยที่องค์ประกอบต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน โดยมีระดับการวัดดังนี้

1)	เพศ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)
2)	อายุ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3)	ระดับการศึกษา	ระดับการวัดตัวแปรแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)
4)	สถานภาพ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)
5)	รายได้ต่อเดือน	ระดับการวัดตัวแปรแบบ เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
6)	ที่อยู่ปัจจุบัน	ระดับการวัดตัวแปรแบบ เรียงลำดับ (Ordinal Scale)

2. ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ด้านสินค้าและการบริการ ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย และด้านด้านการคมนาคมขนส่ง โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-End Question) และเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด)

ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านสินค้าและการบริการ (Product) ด้านราคาสินค้าและบริการ (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ

(Physical Environment) และด้านกระบวนการบริการ (Process) โดยมีระดับการวัดแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

4. ความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านการบอกต่อ ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ซอบ ด้านการมีส่วนร่วมในการปกป้องและส่งเสริม โดยมีระดับการวัดแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequencies) บรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ระดับการตัดสินใจปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด)

4. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ LSD

สมมติฐานข้อที่ 2 และ 3 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะพิจารณาจากตัวเลขของค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) หากค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998)

ค่า r	ระดับความสัมพันธ์
0.91 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.70 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.51 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.31 – 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 – 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย + และ - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ดังนี้

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1) นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนแล้ว นำมาลงรหัสเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน

2) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว มาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงและนำผลการศึกษา ที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตัวแปรอิสระ คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน 2) ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด) และศึกษาตัวแปรตาม คือ 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (ส่วนประสมทางการตลาด) ประกอบด้วย ด้าน ด้านสินค้าและการบริการ (Product) ด้านราคาสินค้าและบริการ (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และด้านกระบวนการบริการ (Process) และ 2) ความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอย่างน้อย 2 กลุ่มปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน ที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

สรุปและวิจารณ์ผล

จากการศึกษาปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ และมีอย่างน้อย 2 กลุ่มปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน ที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาโดยเฉลี่ยมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านนั้น ตรงกับงานวิจัยของปฐมา หาเรือนทรง (2560) ศึกษาการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน และรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่ารายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท แต่ยังมีความขัดแย้งที่ว่า จากการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ของปฐมา หาเรือนทรง (2560) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ฯ พบว่า ช่วงอายุ 20-30 มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.863 และช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.088 อธิบายได้ว่า การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ฯ เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จึงตอบสนองต่อกลุ่มคนที่มีช่วงอายุ 20-30 ปี ได้แก่กลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานระยะแรก ซึ่งมีความกระตือรือร้นต่อการ

ท่องเที่ยวที่หลากหลาย แสวงหาความรู้จากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นี้ ในทางกลับกัน ช่วงอายุน้อยกว่า 20ปี ได้แก่นักเรียน นักศึกษาชั้นปีที่ 1-2 ที่ยังไม่มีความกระตือรือร้นต่อการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และเชิงประวัติศาสตร์นี้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบต่อการตัดสินใจกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กันต่อเนื่องคือ องค์ประกอบต่อการตัดสินใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ และนำไปสู่ความพึงพอใจจากการตัดสินใจ ความคาดหวัง หรือความต้องการที่ได้ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และสอดคล้องกับแนวคิดของ Cronin, et al. (2000) ที่กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้า หรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์ หรือประสบการณ์ดีๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่อไปยังผู้อื่น และสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล (2560) ศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการศึกษา เราสามารถนำกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่มีระดับความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ฯ น้อย เพื่อหาวิธีและแนวทางที่จะเพิ่มระดับความพึงพอใจของบุคคลกลุ่มนี้ให้สูงขึ้น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาน้อยที่สุด ดังนั้นภาครัฐหรือภาคเอกชนที่มีส่วนต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มธุรกิจร้านค้า ที่ต้องการจะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักเที่ยวเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ที่จะเป็นบุคคลสำคัญในการช่วยพัฒนาประเทศชาติต่อไป การส่งเสริมให้บุคคลกลุ่มนี้มาท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวมากขึ้น อาจจะเป็นการสร้างโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โทรทัศน์ หรือจะเป็นการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่นำบุคคลสำคัญ เช่น นักแสดง ศิลปิน มาเป็นต้นแบบให้เกิดการท่องเที่ยวต่อกลุ่มอายุน้อยๆ มากขึ้น

2. ความพึงพอใจกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าหากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจน้อย ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำก็จะน้อยตามไปด้วย การนำข้อบกพร่อง มาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น ถ้านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ก็จะนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวและใช้บริการซ้ำ เพราะไม่เป็นเพียงเพิ่มจำนวนการท่องเที่ยวซ้ำจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม แต่ยังเป็นการเพิ่มนั่งท่องเที่ยวกลุ่มใหม่จากการบอกต่ออีกด้วย เช่นด้านบุคลากรที่มีระดับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาน้อยที่สุด ขัดแย้งการศึกษาของ ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล (2560) ศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ด้านบุคลากรได้รับความพึงพอใจมากที่สุด จากการเป็นมิตรของชาวเชียงใหม่ จึงอาจจะต้องมีการอบรมและแนะแนวให้บุคลากรในพื้นที่โดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ฯ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ฯ ตำรวจท่องเที่ยว และพนักงานร้านค้า มีความตระหนักถึงงานบริการมากขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดความพึงพอใจและประทับใจ นำไปสู่การกลับมาใช้บริการและท่องเที่ยวซ้ำ และบอกต่อ

3. การศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หรือเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยากับอุทยานประวัติศาสตร์ที่อื่นๆ เพื่อนำมาวัดระดับความคิดเห็นความพึงพอใจด้านต่างๆ ว่ามีความคิดเห็น ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไร นำข้อดีและข้อด้อยของแต่ละที่มาปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อ