



แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สุชาติ ปรีกษยานนท์¹

นิพนธ์นิภา บุญช่วย¹

ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 4) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 392 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดด้านความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ต่างกัน มีแรงจูงใจและประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ต่างกัน

คำสำคัญ: แรงจูงใจ; ความพึงพอใจ; ประสบการณ์ท่องเที่ยว; จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Faculty of Business Administration Bangkokthonburi Universit



Travel motivation and tourism experiences that affect Thai tourists' satisfaction in traveling to Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

Suchart Prakthayanon¹

Nicknipar Boonchouy¹

Tiplawan Kaewnin¹

Abstract

The purposes of this research are to 1) study Thai tourists traveling to Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. 2) Study the experiences of Thai tourists on tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. 3) Study the satisfaction of Thai tourists on tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and 4) study tourism experiences that affect satisfaction in traveling to Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The sample group used in the study was 392 Thai tourists who came to visit Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, using a random sampling method and using a questionnaire as a tool for collecting data. Statistics used to analyze data include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and f-test, ANOVA, Factor Analysis, and Multiple Regression Analysis. The research results found that Thai tourists have incentives to travel. Overall, it is at a high level. The overall travel experience was at the highest level in terms of satisfaction with traveling. Overall, it is at the highest level. As for the hypothesis test results It was found that Thai tourists of different genders, ages, education levels, and incomes have different motivations and travel experiences.

Keywords: Motivation; satisfaction; travel experience; Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

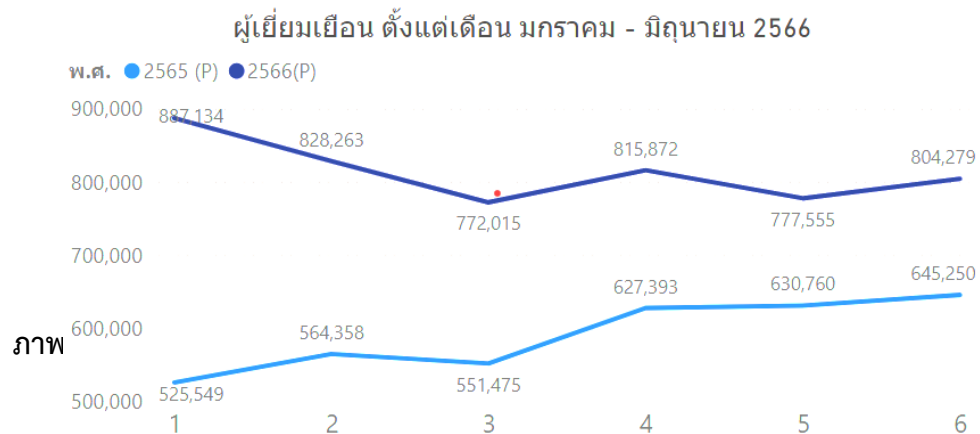
¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Faculty of Business Administration Bangkokthonburi University



1. บทนำ

ประเทศไทยมีปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับนานาประเทศ รวมทั้งมีความพร้อมที่จะรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) ที่ประเทศไทยยังคงความสมบูรณ์และหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบไปด้วยป่าไม้และภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ ทะเลชายหาด และเกาะแห่งต่าง ๆ นอกจากนี้ ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีไทยที่งดงาม ความเป็นกันเองและมีมิตรไมตรีของผู้คน ได้กลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของประเทศไทย และส่งเสริมให้การทำธุรกิจด้านบริการของประเทศไทยมีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นที่น่าสนใจในการเข้ามาลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสถานที่ใดหรือเมืองใดที่มีความเจริญก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีและการคมนาคม ก็จะทำให้สถานที่นั้นหรือเมืองนั้นได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และหากในสถานที่นั้นหรือ เมืองนั้นมีความสวยงามแตกต่างไปจากสถานที่อื่น ๆ ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ซึ่งในการมาท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนาพักผ่อน ศึกษาหาความรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม หรือเยี่ยมญาติพี่น้อง เป็นต้น (นิคม จารุมณี, 2544 อ้างถึงใน นปภัสร ชูสุวรรณ, 2559 : 1)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอดีตราชธานีของไทย มีหลักฐานของการเป็นเมืองในกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ประมาณ พุทธศตวรรษที่ ๑๖ – ๑๘ โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และเรื่องราวเหตุการณ์ในลักษณะ ตำนานพงศาวดาร ไปจนถึงหลักศิลาจารึก ซึ่งถือว่าเป็นหลักฐานร่วมสมัยที่ใกล้เคียงเหตุการณ์มากที่สุด ซึ่งเมืองอโยธยา หรือ อโยธยาศรีรามเทพนคร หรือเมืองพระราม มีที่ตั้งอยู่บริเวณด้านตะวันออกของเกาะเมืองอยุธยา มีบ้านเมืองที่มีความเจริญ ทางการเมือง การปกครอง และมีวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองแห่งหนึ่ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางและเป็นเขตเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่สำคัญ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 3 ของประเทศ และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน เคยมีชื่อเสียงเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่ไม่มีอำเภอเมือง แต่มีอำเภอพระนครศรีอยุธยา จนในปี 2534 องค์การยูเนสโกประกาศขึ้นทะเบียนอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้เป็นเมืองมรดกโลก และนั่นยิ่งทำให้อยุธยากลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยม ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุสำคัญ และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มากมาย อาทิเช่น วัดพนัญเชิงวรวิหาร วัดพุทไธศวรรย์ วัดไชยวัฒนาราม วัดพระศรีสรรเพชญ์ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติเจ้าสามพระยา วาสนาเมลอนฟาร์ม ตลาดกรุงศรี หมู่บ้านญี่ปุ่น บ้านฮอลันดา ตลาดไก่คัง (บ้านแสงโสม) พุทธอุทยาน महाराज หลวงปู่ทวด วัดช้างอยุธยา แลเพนียด พระราชวังบางปะอิน ตลาดน้ำอโยธยา ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร



ภาพที่ 1 :จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
4. ปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านแรงจูงใจหลัก หมายถึง เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และแรงจูงใจตั้ง



หมายถึงปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

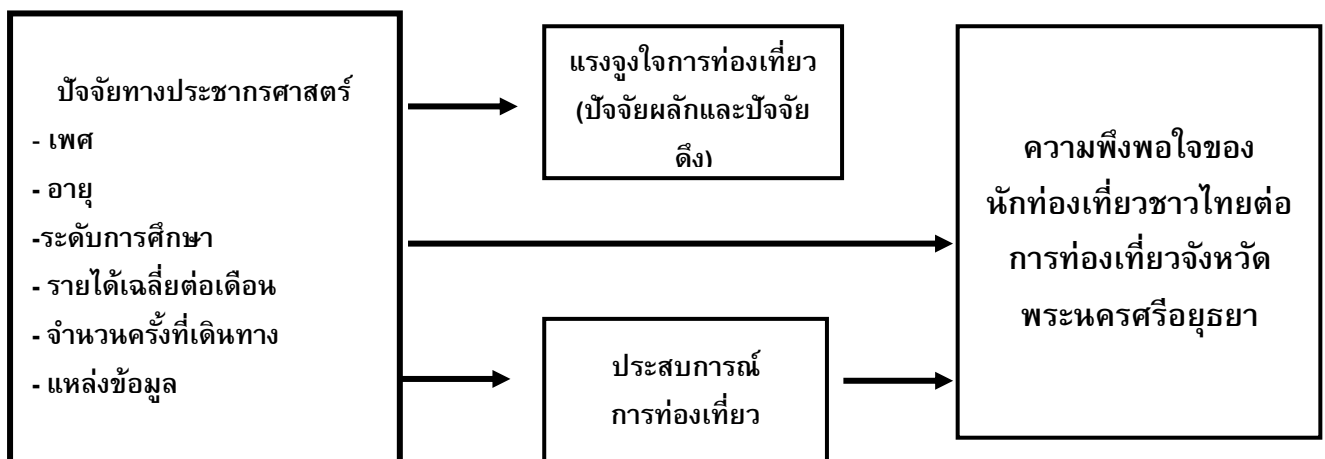
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2563 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) จำนวน 124,789,607 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสมัครใจร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์โดยใช้สูตรของ Yamane, Taro. (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Method) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้จำนวน 392 ชุด

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ วัดไชยวัฒนาราม วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ตลาดน้ำอโยธยา วังช้างอยุธยา แลเพนียด ศรีอยุธยา ไลออน พาร์ค (Sriayuthaya Lion Park)

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 : กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างของประชากร เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยมุ่งศึกษาเรื่อง เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและประสบการณ์การ



ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจาก 1) การรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด เพื่อจัดทำแบบสอบถามในการจัดเก็บข้อมูล 2) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์ 3) นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างเพื่อหาความเชื่อมั่น 4) แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัย โดยทำการทดสอบเครื่องมือ 2 ส่วน คือ 1) การตรวจสอบความตรง (Validity) ประกอบด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ 2) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

7. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้เก็บรวบรวมในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นถิ่นนิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัดไชยวัฒนาราม วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ตลาดน้ำ อโยธยา วังช้างอยุธยา แลเพนียด ศรีอยุธยา ไลออน พาร์ค (Sriayuthaya Lion Park)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร รายงานการวิจัย และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และการวิเคราะห์เชิงสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทาง แหล่งข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ
- การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- การวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



9. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 392 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 และเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีอายุ อยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ มีการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ปริญญาโทและสูงกว่า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1-2 ครั้ง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ และได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ รายการโทรทัศน์ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ถัดมาคือ การแนะนำของบุคคล จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 สารคดีการท่องเที่ยว 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 เอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	104	26.5
หญิง	288	73.5
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	28	7.1
21 – 30 ปี	97	24.7
31 – 40 ปี	147	37.5



ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
41 – 50 ปี	93	23.7
51 ปี ขึ้นไป	27	6.9
	392	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	62	15.8
ปริญญาตรี	249	63.5
ปริญญาโทและสูงกว่า	81	20.7
	392	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	43	11.0
15,001 – 30,000 บาท	223	56.9
30,001 – 50,000 บาท	97	24.7
50,001 บาทขึ้นไป	29	7.4
	392	100.0
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา		
มาครั้งแรก	78	19.9
1-2 ครั้ง	292	74.5
มากกว่า 3 ครั้ง	22	5.6
	392	100.0
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
อินเทอร์เน็ต	138	35.2
เอกสารการท่องเที่ยว	8	2.0
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	4	1.0
การแนะนำของบุคคล	81	20.7
สารคดีการท่องเที่ยว	16	4.1
รายการโทรทัศน์	121	30.9
อื่น ๆ	24	6.1
	392	100.0



ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์แรงจูงใจนักท่องเที่ยว (ด้านแรงจูงใจหลัก)

แรงจูงใจหลัก	$\bar{X}$	S. D	แปลผล
1. เพื่อตามรอยละครไทยที่กำลังเป็นที่นิยม	4.35	.699	มากที่สุด
2. ต้องการไหว้พระและเยี่ยมชมวัดต่าง ๆ	4.23	.730	มากที่สุด
3. เพื่อรับประทานอาหารตามยูทูบเปอร์รีวิว	4.21	.737	มากที่สุด
4. เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา	4.20	.709	มากที่สุด
5. เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ของโบราณสถานและโบราณวัตถุ	4.19	.709	มากที่สุด
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ	4.24	.672	มากที่สุด
7. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา	3.98	.786	มาก
8. เพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต	4.11	.739	มาก
9. ต้องการสัมผัสชีวิตวิถีไทยในอดีต	4.02	.775	มาก
10. ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกาย	4.08	.729	มาก
เฉลี่ยรวม	4.12	.490	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อตามรอยละครไทยที่กำลังเป็นที่นิยม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา คือ ต้องการไหว้พระและเยี่ยมชมวัดต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.23$) ถัดมาคือ เพื่อรับประทานอาหารตามยูทูบเปอร์รีวิว ($\bar{X} = 4.21$) และ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์แรงจูงใจนักท่องเที่ยว (ด้านแรงจูงใจหลัก)

แรงจูงใจดี	$\bar{X}$	S. D	แปลผล
1. วิถีธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา	4.33	.709	มากที่สุด
2. มีวัดสวยงามและเป็นโบราณสถาน	4.36	.683	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	4.31	.820	มาก
4. ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	3.99	.743	มาก
5. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.99	.743	มาก
6. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.98	.702	มากที่สุด
7. ความเหมาะสมคุ้มค่าเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.21	.781	มากที่สุด



8. สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ที่จอดรถ	4.21	.739	มากที่สุด
9. ความสะอาดแหล่งท่องเที่ยว	4.05	.726	มาก
10. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.98	.734	มาก
เฉลี่ยรวม	4.13	.487	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยดังในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีวัดสวยงามและเป็นโบราณสถานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36) รองลงมาคือ วิถีธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา ($\bar{X}$ = 4.31) ถัดมาคือ ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง ($\bar{X}$ = 4.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสพการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประสพการณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S. D	แปลผล
1. ได้เห็นศาสนสถานและประวัติศาสตร์ของประเทศไทย	4.51	.644	มากที่สุด
2. รู้สึกถึงคุณภาพอาหาร รสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคา ที่จ่าย	4.36	.734	มากที่สุด
3. ได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างภายใน ท้องถิ่น	3.97	.819	มาก
4. ได้รู้สึกว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความ สะอาด และเป็นระเบียบ	4.14	.797	มาก
5. ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนริมแม่น้ำ เจ้าพระยา	4.28	.749	มากที่สุด
6. รู้สึกว่าง่ายต่อการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ของการท่องเที่ยว	4.20	.803	มาก
7. การเดินทางมีความสะดวกสบาย	3.94	.816	มาก
8. รู้สึกว่าสะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.90	.811	มาก
9. รู้สึกว่ามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ ท่องเที่ยว	3.99	.814	มาก
10. รู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.92	.817	มาก
11. รู้สึกว่ามีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เดินชมวัด เมืองโบราณ ตลาดน้ำ เล่นกับช้าง เป็นต้น	4.43	.744	มากที่สุด



ประสบการณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S. D	แปลผล
12. รู้สึกว่าสินค้าของที่ระลึกมีมากมายและน่าสนใจ	4.05	.806	มาก
13. รู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น การทำบุญตักบาตรเทโว	4.03	.824	มาก
เฉลี่ยรวม	4.22	.472	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ได้เห็นศาสนสถานและประวัติศาสตร์ของประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51) รองลงมาคือ รู้สึกถึงคุณภาพอาหาร รสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย ($\bar{X}$ = 4.43) ถัดมาคือ รู้สึกว่ามีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เติมน้ำ วัด เมืองโบราณ ตลาดน้ำ เล่นกับช้าง ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S. D	แปลผล
1. รู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4.23	.712	มากที่สุด
2. รู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4.33	.684	มากที่สุด
3. จะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้คนอื่นทราบ	4.28	.728	มากที่สุด
4. จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก ในโอกาสข้างหน้า	4.27	.733	มากที่สุด
5. โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้	4.25	.743	มากที่สุด
รวม	4.27	.548	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.27) โดยประเด็น รู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ($\bar{X}$ = 4.33) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้คนอื่นทราบ ($\bar{X}$ = 4.28) ถัดมาคือจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกในโอกาสข้างหน้า ($\bar{X}$ = 4.27) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการมา

ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ($\bar{X} = 4.25$) และรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.23$)

การอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อตามรอยละคร ไทยที่กำลังเป็นที่นิยม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา คือ ต้องการไหว้พระและเยี่ยมชมวัดต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.23$) ถัดมาคือ เพื่อรับประทานอาหารตามยูทูบเปอร์รีวิว ($\bar{X} = 4.21$) และ เพื่อสัมผัสความเป็น ธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา ($\bar{X} = 4.20$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รอดพันธ์ (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการมีผลต่อการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกพระนครศรีอยุธยา

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยดังในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีวัดสวยงามและ เป็นโบราณสถานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ วิถีธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา ($\bar{X} = 4.31$) ถัดมาคือ ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.31$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาณี สนามแจ่ม (2560) ที่พบว่าปัจจัยหลักต้นประกอบด้วยด้านความต้องการการพักผ่อนและหลีกหนี ด้าน ความต้องการเพิ่มพูนความรู้และศึกษาวัฒนธรรม ด้านความต้องการเพิ่มความสัมพันธ์กับครอบครัวและเพื่อน และด้านความต้องการค้นหาความแปลกใหม่และปัจจัยดึงดูดประกอบด้วยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและ บริการ ด้านความปลอดภัยและความคุ้มค่า ด้านความเป็นเอกลักษณ์ และด้านบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่น

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) โดยประเด็น รู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ ได้ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ($\bar{X} = 4.33$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จะบอกต่อเล่าเรื่อง ประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้คนอื่นทราบ ($\bar{X} = 4.28$) ถัดมาคือจะกลับมา ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกในโอกาสข้างหน้า ($\bar{X} = 4.27$) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ($\bar{X} = 4.25$) และรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขุม คงดิษฐ์, ธนรัตน์ รัตน พงศ์ธระ, (2558) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านประสบการณ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านชื่อเสียง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลไปใช้

1. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว



ให้มีความหลากหลายรูปแบบและสร้างความน่าสนใจมากขึ้นและรักษาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความเป็นธรรมชาติของริมแม่น้ำเจ้าพระยา

2. ผู้ประกอบการควรรักษาศิลปะวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ ที่ส่งผลต่อความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม ในส่วนของวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น วิถีชีวิตชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ด้านประสบการณ์ ผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพและบริการตามหลักด้านจิตวิทยา ประสบการณ์ความทรงจำที่ก่อให้เกิดการจูงใจ การรับรู้ ของบุคคลจากประสบการณ์ในอดีต ที่ส่งผลต่อความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับประสบการณ์ที่ดีก็จะบอกต่อไปในสิ่งที่ติดต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ตรงกับความต้องการ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

2. ควรศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2566. สืบค้น

12 พฤษภาคม 2566. จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=630.

ณัฐวุฒิ รอดพันธ์. (). ประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกพระนครศรีอยุธยาที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อปากต่อปาก. ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วิธานี สนามแจ่ม. (2560). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุขุม คงดิษฐ์. ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2558). การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของมรดกโลกนคร



ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. ศิลปะศาสตร์ มหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

- Amassian, V. E., Stewart, M., Quirk, G. J., & Rosenthal, J. L. (1987). Physiological basis of motor effects of a transient stimulus to cerebral cortex. *Neurosurgery*, 20(1), 74-93.
- Aswin Sangpikul (2008). Travel motivations of Japanese senior travelers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-194.
- Ghelman, B., Lospinuso, M. F., Levine, D. B., O'leary, P. F., & Burke, S. W. (1991). Percutaneous computed-tomography-guided biopsy of the thoracic and lumbar spine. *Spine*, 16(7), 736-739.
- Good, T. L., Sikes, J. N., & Brophy, J. E. (1973). Effects of teacher sex and student sex on classroom interaction. *Journal of Educational Psychology*, 65(1), 74.
- Hornby, G., & Lafaele, R. (2011). Barriers to parental involvement in education: An explanatory model. *Educational review*, 63(1), 37-52.
- National Statistical Office. (2023). Number of Thai tourists visiting Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Can be searched from <https://www.nso.go.th/>
- Ngamsom Rittichainuwat. (2007). Responding to Disaster: Thai and Scandinavian Tourists' Motivation to Visit Phuket, Thailand. *Journal of Travel Research*. Volume 46, Issue 4 <https://doi.org/10.1177/0047287507308323>
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2023. Tourist statistics by province. Can be searched from <https://www.oic.go.th/ginfo/index.asp>
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of retailing*, 73(3), 311-336.
- Pearce, P. L., & Lee, U. Il. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237. Doi: 10.1177/
- Pizam, Abraham., Mansfeld, Y. (Yoel). (1999). Consumer behavior in travel and tourism / Abraham Pizam, Yoel Mansfeld, editors. New York: Haworth Hospitality Press, c1999.
- Ratchatasorn Chandraworasit. (2022). Tourism motivation and tourism experiences that affect Thai tourists' satisfaction in traveling to Kanchanaburi province. Master of Arts Dhurakij Pundit University
- Sukhum Kongdit Thanarat Rattanaphongthara. (2015). A study of the tourism image of world heritage sites. historical city Ayutthaya in the eyes of foreign tourists. Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi.



- Wichit, U-on. (2007). Using a marketing mix model to study the decision of students to choose to study at the bachelor's degree level in private higher education institutions.
- Withani Sanamchaem. (2017). Push factors and attraction factors that affect tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- William E. Hammitt. (1980). Outdoor Recreation: Is It a Multi-Phase Experience. Journal of Leisure Research. Volume 12, - Issue 2
- Worapat Thamkriangkrai., & Nattapon Assarat. (2022). The influence of travel motivation and tourist satisfaction on the behavior of sharing information and travel experiences via smartphones of foreign tourists in Thailand. Chulalongkorn Business Review, Year 42(2), Issue 164 (April-June 2020), pp. 1-29.
- Wolman, B. B. (1973). The psychoanalytic interpretation of history. The Journal of Nervous and Mental Disease, 156(1), 71-72.
- Yamane, Taro. (1967). Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition, New York: Harper and Row.