

กลยุทธ์การท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*
TOURISM STRATEGIES AND PHYSICAL CHARACTERISTICS AFFECTING
TOURING DECISION AT WAT NAPHRAMERURACHIKARAM
AYUTTHAYA PROVINCE

พระปลัดโอภาส โอภาโส, เสนีย์ พวงยานี, ทรงวิทย์ เจริญกิจธนารบ

Phrapalad Opas Obhaso, Senee Puangyane, Songwit Jaaroenkittanarab

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Corresponding Author E-mail: o.sirikittikul@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิจัยเชิงสำรวจ จากแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.882 เก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพ และการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.12, p < 0.01$) และลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.35, p < 0.01$)

คำสำคัญ : กลยุทธ์การท่องเที่ยว; ลักษณะทางกายภาพ; การตัดสินใจมาท่องเที่ยว

Abstract

Objectives of this article were to study tourism strategies Attraction Access to tourist destinations Facilities and activities Physical characteristics Unique aspects of tourist attractions and the environment Affecting the decision to travel to Watnaphramerurachikaram Ayutthaya Province. The research model is quantitative

* Received January 29, 2020; Revised February 10, 2020; Accepted February 12, 2020

research. Using survey research from the questionnaire. Which has the whole confidence value of 0.882 collecting data from people who come to visit Watnaphramerurachikaram Ayutthaya Province, 400 people. Statistics used in data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation. And statistical analysis of multiple regression. Findings were as follow : The results of the research showed People have opinions on tourism strategies. Physical characteristics and the decision to visit Watnaphramerurachikaram. The overall picture is in a high level. Test results. The result of testing of the hypothesis of the research revealed that the tourism strategy influenced the decision to travel to Watnaphramerurachikaram. Ayutthaya Significantly at the level of 0.01 ($\beta = 0.12, p < 0.01$). And physical characteristics affect the decision to visit Watnaphramerurachikaram Ayutthaya Significantly at the level of 0.01 ($\beta = 0.35, p < 0.01$)

Keywords: Tourism Strategy; Physical Characteristics; Touring Decision

บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น วัดหน้าพระเมรุราชิการาม วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดพุทไธสวรรย์ หมู่บ้านโปรตุเกส ตลาดน้ำ คลองสระบัว ฯลฯ ยังรวมถึง ประเพณีต่าง ๆ ที่สะท้อนถึง วัฒนธรรม และวิถีชุมชน เช่น พิธีไหว้ครู บูชาเตา ของช่างตีมีด ตีดาบ หรือพิธีไหว้ครูมวยไทยโลก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (ฤดี หลิมไพโรจน์, 2554)

วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งที่รวบรวมงานศิลปะวิทยาการ และความรู้มากมายหลายสาขา ตลอดจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่างๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าและเป็นเสมือนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย ปัจจุบันวัดมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่สำคัญ เพราะภายในวัดประกอบไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นอารยธรรมและความเจริญของชาติอันเป็นแหล่งรวม ที่สามารถศึกษาย้อนกลับได้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมรวมทั้งการเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของ

ชุมชน นอกจากนี้วัดยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม สงบ สันโดษตามหลักพระพุทธศาสนา (รสิกา อังกูร, 2554)

วัดหน้าพระเมรุราชิการาม ตั้งอยู่ที่อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ริมคลองสระบัว ด้านเหนือของคูเมือง (แม่น้ำลพบุรีเก่า) ตรงข้ามกับพระราชวังหลวง ตำนานกล่าวถึง วัดนี้ว่า พระองค์อินทร์ในสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 รัชกาลที่ 10 แห่งกรุงศรีอยุธยา ทรงสร้างเมื่อ จุลศักราช 864 (พ.ศ. 2046) ประทานนามว่า “วัดพระเมรุราชิการาม” แต่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมเรียกว่า “วัดหน้าพระเมรุ” จึงเป็นนามของวัดที่ใช้มาจนทุกวันนี้ น่าจะเป็นวัดที่สร้างขึ้นตรงที่ถวาย พระเพลิงกษัตริย์องค์ใดองค์หนึ่งต้นสมัยอยุธยา เป็นวัดเดียวในกรุงศรีอยุธยาที่ไม่ถูกพม่าทำลาย และยังคงสภาพที่งดงาม มีประวัติศาสตร์จารึกในพระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา พระอุโบสถ เป็นแบบอยุธยาซึ่งมีเสาอยู่ภายใน พระประธานในอุโบสถเป็นพระพุทธรูปหล่อด้วยทองสำริด ภายนอก ฉาบด้วยปูนลงลักปิดทองปางมารวิชัยทรงเครื่องพระมหากษัตริราชสมัยกรุงศรีอยุธยา พระนามว่า “พระพุทธนิมิตวิชิตมารโมลีศรีสรรเพชญ์บรมไตรโลกนาถ” เป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องใหญ่ที่สุดองค์หนึ่งมีพระลักษณะสวยงามมาก ด้านหลังพระอุโบสถยังมีอีกองค์หนึ่งแต่เล็กกว่า คือ พระศรีอริยเมตไตรย์ สิ่งสำคัญที่ปรากฏภายในวัดนี้คือ พระอุโบสถและพระพุทธรูปประธานทรงเครื่องใหญ่ ซึ่งคงสร้างขึ้นราวรัชกาลของพระเจ้าปราสาททอง หน้าบันของพระอุโบสถเป็นไม้แกะสลักปิดทองที่แสดงรูป พระนารายณ์ทรงครุฑแวดล้อมด้วยเหล่าเทวดา คติดังกล่าวเป็นที่นิยมในสมัยโบราณที่ถือว่าพระมหากษัตริย์ทรงเป็นสมมติเทพ คือเป็นพระนารายณ์อวตาร ดังนั้น หน้าบันของโบสถ์ วิหาร หรือปราสาทราชวังที่พระมหากษัตริย์ทรงสร้างหรือทรงบูรณะก็มักจะทำรูปพระนารายณ์ทรงครุฑเป็นสำคัญอันมีความหมายว่าวัดแห่งนี้เป็นพระอารามหลวง (กรมศิลปากร , 2561)

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในฐานะวัดเป็นศาสนสถานที่สำคัญคู่กับสังคมไทยมาช้านาน เป็นที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมอันเป็นวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชนชาวไทย วัดมีบทบาทที่สำคัญในการมีส่วนร่วมช่วยสร้างสรรค์สังคมไทยให้เจริญก้าวหน้าและมีความสุข วิวัฒนาการบทบาทของวัดเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาการของสังคม และในปัจจุบันบทบาทหนึ่งที่เพิ่มขึ้นมาคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ตลอดถึงการศึกษาวิจัยถึงลักษณะทางกายภาพของวัดที่มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวในวัดให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของสังคมไทย นำไปสู่การสร้างกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม เพื่อแนวทางในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายท่านจากการสังเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย 1. ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งพบว่า นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญหลาย

ท่านมีแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพมีความสอดคล้องใกล้เคียงกันมาใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.882 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1,110,203 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยว วัดหน้าพระเมรุราชิการาม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คำนวนจากสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วันธรรมดา วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การท่องเที่ยวของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 400)

กลยุทธ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.12	0.85	มาก
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.94	0.84	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.83	0.62	มาก
ด้านกิจกรรม	3.82	0.62	มาก
รวม	3.93	0.73	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับกลยุทธ์การท่องเที่ยวของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12, S.D. = 0.85, $\bar{X}$ = 3.94, S.D. = 0.84, $\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 0.62, $\bar{X}$ = 3.82, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นลักษณะทางกายภาพ ของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 400)

ลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.53	0.53	มาก
ด้านสภาพแวดล้อม	3.51	0.56	มาก
รวม	3.52	0.45	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นลักษณะทางกายภาพของวัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.52, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.53, $\bar{X}$ = 3.51, S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจ มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 400)

การตัดสินใจมาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม ช่วยให้เกิดความสบายใจตอบสนองความเชื่อในความ ศักดิ์สิทธิ์	3.60	0.76	มาก
2. ท่านมีความประทับใจในการท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามและจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง	3.65	0.50	มาก
รวม	3.62	0.63	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความประทับใจในการท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามและจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ($\bar{X}$ = 3.65, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ การท่องเที่ยววัดเมรุราชิการามช่วยให้เกิดความสบายใจตอบสนองความเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = 0.76)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว วัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลยุทธ์การท่องเที่ยว	การตัดสินใจมาท่องเที่ยว		t	p - Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	3.205			
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.12	0.07	2.24	0.31
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.13	0.04	2.67	0.10
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.02	0.05	0.37	0.05
4. ด้านกิจกรรม	0.04	0.05	0.39	0.18
R = 0.56 R ² = 0.48 Adjusted R ² = 0.45 SEE = 0.42 F = 13.84				

*ระดับนัยสำคัญ p < 0.05, **ระดับนัยสำคัญ p < 0.01

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ (TA) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (TB) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (TC) และ ด้านกิจกรรม

(TD) ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำหรับการทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้ มีค่าสถิติ F เท่ากับ 13.84 และจากการพิจารณาค่า R^2 เท่ากับ 0.48 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 48.00 และพิจารณาจากค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.45 แสดงว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ร้อยละ 45.00 นอกจากนี้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพารามิเตอร์ที่ค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.42 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้าน พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.12, p < 0.01$) หมายความว่า วัดหน้าพระเมรุราชิการามเป็นสถานที่ดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผลวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.13, p < 0.01$) หมายความว่า วัดหน้าพระเมรุราชิการามสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผลวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.02, p < 0.01$) หมายความว่า วัดหน้าพระเมรุราชิการาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผลวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

ด้านกิจกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.04, p < 0.01$) หมายความว่า วัดหน้าพระเมรุราชิการาม มีกิจกรรมหลากหลาย ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผลวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษา กลยุทธ์การท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามนั้น มีความเห็นว่าวัดมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ รวมทั้งเป็นวัดที่มีความงดงาม สะอาด สวยงาม เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pike S. (2008) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์

1.2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน ที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามคำนึงถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากความสะดวกสบายในการเดินทางมีผลต่อการมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไว (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่าความสามารถในการเข้าถึง มีการจัดการด้านพื้นที่รองรับด้านประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่และบริเวณโดยรอบของชุมชน อย่างเป็นระบบ

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามนั้นมีความเห็นว่าวัดควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหารเครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยววัดได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2560) ที่กล่าวว่าการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอุปกรณ์และบริการต่าง ๆ ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น ห้องสุขา ที่พัก ร้านอาหาร ศูนย์บริการข้อมูล ที่จอดรถ ป้ายข้อมูล เป็นต้น

1.4 ด้านกิจกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามคำนึงถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากการไหว้พระหรือไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พยอม ธรรมบุตร (2549) ที่กล่าวว่าการจัดการท่องเที่ยว เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรม

ต่างๆ ได้แก่ การร่วมกิจกรรมกับชุมชนชาวบ้าน ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

2. ผลการศึกษา ลักษณะทางกายภาพ การท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามนั้นมีความเห็นว่าวัดมีความเป็นเอกลักษณ์โดยวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความเก่าแก่และทรงคุณค่า พุทธศิลป์ที่ปรากฏภายในวัดมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ วัดเป็นศาสนสถานที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒน์จิรัชย์ เวชชินนาท (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางอารยธรรม เหมาะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาเรียนรู้

2.2 ด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการามนั้น ให้ความสนใจกับวัดมีความสะอาดและความเป็นระเบียบ มีความร่มรื่น สวยงาม มีการใช้พื้นที่วัดอย่างเป็นสัดส่วนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่ปรากฏแก่สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่า และช่วยสื่อให้ผู้บริโภค รับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน

องค์ความรู้จากการวิจัย

ลักษณะทางกายภาพ ด้านเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

วัดมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มีความเก่าแก่และทรงคุณค่า พุทธศิลป์ที่ปรากฏภายในวัดมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ วัดเป็นศาสนสถานที่มีความศักดิ์สิทธิ์

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ

วัดมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ รวมทั้งเป็นวัดที่มีความงดงาม สะอาด สวยงาม เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

เส้นทางคมนาคมเข้าถึงวัดได้สะดวก มีเครื่องหมายป้ายสัญลักษณ์จราจรบอกเส้นทาง และป้ายบอกระยะทางอย่างชัดเจน



3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก

วัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว คือ สถานที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก

4. ด้านกิจกรรม

มีการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในบริเวณวัด ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางแสวงบุญไหว้พระ 9 วัด

ลักษณะทางกายภาพ ด้านสภาพแวดล้อม

วัดมีความสะอาดและความเป็นระเบียบมีความร่มรื่น สวยงาม มีการใช้พื้นที่วัดอย่างเป็นสัดส่วน

ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย
ที่มา: พระปลัดโอภาส โอภาโส (2562)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) วัดหน้าพระเมรุราชิการามควรมีการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว วัดหน้าพระเมรุราชิการามพัฒนาวัดมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์

รักษาความงดงาม สะอาด สวยงาม เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติควรทำบันทึกข้อตกลงร่วมกับคณะสงฆ์ และกรมศิลปากรในการอนุรักษ์โบราณสถานร่วมกัน

2) ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ควรจัดเส้นทางคมนาคมเข้าถึงวัดได้สะดวก มีรถรับจ้างประจำทางให้บริการไปยังวัดได้โดยสะดวก มีถนนเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น รวมทั้งจัดทำป้ายสัญญาณจราจรบอกเส้นทาง และป้ายบอกระยะทางอย่างชัดเจน

3) วัดควรมีสั่งอำนวยการความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่จอดรถ หอสงฆ์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายของที่ระลึกให้มีความสะดวกบริการแก่นักท่องเที่ยว

4) วัดหน้าพระเมรุราชิการามควรจัดให้มีการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในบริเวณวัด สร้างความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนให้มีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมของวัด

5) วัดหน้าพระเมรุราชิการามควรรักษาความเป็นเอกลักษณ์การท่องเที่ยวในมิติของศาสนาเพื่อสืบสานพระพุทธศาสนา โดยสืบสานให้วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีความเก่าแก่และทรงคุณค่า

6) วัดหน้าพระเมรุราชิการามควรใส่ใจในเรื่องความสะอาดและความเป็นระเบียบ มีความร่มรื่น สวยงาม มีการใช้พื้นที่วัดอย่างเป็นสัดส่วน รวมทั้งมีระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น

2) ควรจัดทำงานวิจัยในเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจะได้ข้อมูลในเชิงลึกและอาจได้ข้อค้นพบที่มีความชัดเจนมากขึ้น

3) ควรทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข และยังทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2561). *ประวัติวัดหน้าพระเมรุราชิกการาม*. สืบค้น 2 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.qrcode.finearts.go.th/index.php/th/historicalpark>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2558). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. ลำปาง: วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระปลัดโอภาส โอภาโส. (2562). *กลยุทธ์การท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดหน้าพระเมรุราชิกการาม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- รสิกา อังกูร. (2554). *ความพร้อมของวัดในเขตกรุงเทพฯเกี่ยวกับการเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยผ่านการนำชมศิลปวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฤดี หลิมโพโรจน์. (2554). *อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท. (2559). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 4(3), 375-387.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.
- Pike, S. (2008). *S.D. Destination Marketing: ANI Integrated Marketing Communication Approach*. Butterworth-Heinemann: Burlington.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publications.