

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Satisfaction of Japanese Tourists toward Ayutthaya Elephant Palace & Royal Kraal, Ayutthaya Province

นันท์ธิดา จันเพชร¹, จุฑาทิพ คล้ายทับทิม²
Nantida Chanpetch¹, Juthatip Klaitabtim²

Received: 24 April 2020

Revised: 5 June 2020

Accepted: 8 July 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกเป็นปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น จำนวน 400 และใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-Test และ One-Way ANOVA ผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, S.D.=.57) เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจ ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ มากที่สุด ($\bar{X}=4.19$, S.D.=.61) รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X}=3.89$, S.D.=.64) และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.76$, S.D.=.67) ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่างกันมีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน แต่กลับพบว่าความแตกต่างของช่วงอายุ และความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น, วังช้างอยุธยาแลเพนียด

¹ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขาวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Arts (Political Science), Major Field: Department of Political Science and Administration Kasetsart University

² Associate Professor: Department of Political Science and Administration Kasetsart University

Abstract

The objectives of this research were 1) to investigate the level of satisfaction of Japanese tourists toward Ayutthaya Elephant Palace & Royal Kraal, Ayutthaya province. 2) to compare Japanese Tourists satisfaction toward Ayutthaya Elephant Palace & Royal Kraal Ayutthaya Province, using their own personal experience as well as their tourism experience. Accidental sampling was used on 400 Japanese tourists. The research statistical tools were percentage, mean, standard deviation, t -Test and One-Way ANOVA. The result indicated that the satisfaction of Japanese tourists toward Ayutthaya Elephant Palace & Royal Kraal, Ayutthaya Province was at high level ($\bar{X}$ =3.97, S.D.=.57). The Japanese tourists had the highest satisfaction level of: activities in place ($\bar{X}$ =4.19, S.D.=.61), environment ($\bar{X}$ =3.89, S.D.=.64) and services and facilities ($\bar{X}$ =3.76, S.D.=.67) respectively. Hypothesis testing found that the difference in gender, education level, occupation, income, marital status, the kind of travel, the time of travel and expense of the travel did not cause a difference in tourist's satisfaction level, but the difference in age and reason to make a return visit caused a difference in tourist's satisfaction level of .05.

Keywords: Satisfaction, Japanese Tourists, Ayutthaya Elephant Palace & Royal Kraal

บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เนื่องจากมีปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละภูมิภาค จึงทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น พิพิธภัณฑ์ วัดวาอาราม ตลาดน้ำ ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางการท่องเที่ยวที่ยังคงสอดแทรกเอกลักษณ์ความเป็นไทย และวัฒนธรรมของคนไทยที่มีมาอย่างช้านาน ด้วยความหลากหลายของประเภทการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเลือกสรรตามสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความบันเทิง สนุกสนาน อีกทั้งได้เรียนรู้ได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ ในการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยทั้งในรูปแบบวิถีชุมชนเมือง และวิถีดั้งเดิมท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับ BBDO Bangkok มีการนำเสนอแคมเปญการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “Open to the new shades” เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำเสนอภาพยนตร์มาประยุกต์ใช้กับการโฆษณาออนไลน์ทางการตลาด เพื่อเป็นช่องทางการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความหลากหลาย เช่น ชายหาด วัฒนธรรมอาหารไทย Life style หรือ วิถีชีวิตของคนไทยและธรรมชาติ (สำนักข่าวมติชนออนไลน์, 2561) แก่ต่างประเทศทั่วโลก ได้รับรู้ และสนใจให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจที่จะร่วมเปิดประสบการณ์การเดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

พบว่าสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ล้วนเป็นประเทศแถบทวีปเอเชียตะวันออก ซึ่งประเทศ

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวนมากที่สุด มีดังนี้ 1. จีน 2. มาเลเซีย 3. เกาหลี 4. ลาว และ 5. ญี่ปุ่น ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นถือว่ามีความสำคัญหนึ่งต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างยิ่ง ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนถึง 1,806,340 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นยังคงเดินทางเข้ามา และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงอาจต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่างๆ อาทิ เช่น ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้เกิดการรองรับที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นั่นก็เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมากที่สุด ร้อยละ 24.16 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจีน ร้อยละ 19.55 และ นักท่องเที่ยวฝรั่งเศส ร้อยละ 11.51 ตามลำดับ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2562)

วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแหล่งหนึ่งที่ถูกจัดว่าเป็นวังช้างที่ใหญ่ที่สุดในภาคกลางของประเทศไทย ตั้งอยู่ในบริเวณริมถนนป่าไทน์ช้างคุ้มขุนแผน ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างช้างไทย และคนไทยที่มีมาตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ได้เห็นถึงคุณค่าของช้างไทย โดย

ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเปิดรับให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกับกิจกรรมภายในสถานที่ อาทิ เช่น การนั่งช้างชมโบราณสถาน การถ่ายรูปคู่กับช้าง การให้อาหารช้าง และการแสดงโชว์ช้าง นอกจากนี้ยังมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา อาทิ เช่น ร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนหย่อนใจ และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ

จากด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำผลวิจัยมาปรับปรุงให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด อันนำมาสู่การสร้างรายได้การท่องเที่ยวของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งสร้างอาชีพให้กับคนในพื้นที่ได้มีรายได้ในการเลี้ยงชีพอย่างสุจริตและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว

วิธีการศึกษา

การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยววังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบ

บังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือก สุ่มที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จัดทำ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ญีปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัด พระนครศรีอยุธยา เป็นภาษาญี่ปุ่น ซึ่งใน แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Checklists)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัย ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะ การเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และความ ประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยใช้แบบสอบถามแบบ ตรวจรายการ (Checklists)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้าง อยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ ด้านสภาพ แวดล้อม และ ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณ ค่า Rating Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยเกณฑ์การให้ คะแนนดังนี้

5 หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อ วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุด

4 หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อ วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก

3 หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อ วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปานกลาง

2 หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อ วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา น้อย

1 หมายความว่า มีความพึงพอใจต่อ วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา น้อยที่สุด

สามารถอภิปรายผลข้อมูลที่รวบรวม ได้โดยวิธีการคำนวณความกว้างของอันตรภาค ชั้น แบ่งเป็น 3 ระดับ จะได้ช่วงกว้างระดับละ 1.33 คือ หลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความ หมายของค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 3.68-5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34-3.67 หมายถึง นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.33 หมายถึง นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาน้อย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่างๆของผู้ตอบ แบบสอบถาม คำตอบแบบปลายเปิด (Open-ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม และใช้การทดสอบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามผ่านการ พิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ผลการ วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ได้ ค่า (IOC) เท่ากับ 0.75 การหาความเชื่อมั่น ผู้วิจัย นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่

มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ทำการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีใช่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยวิเคราะห์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับทุกชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นรวมด้วยวิธีการ Cronbach's Reliability coefficient alpha แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น 0.964 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่า t-Test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่า F-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อ

ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีข้อสงสัยทางสถิติโดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ กำหนดไว้ที่ระดับ .05

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัย นำแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด มาวิเคราะห์ตามสถิติที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปจำแนกผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

(n=400)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	212	53
	หญิง	188	47
2. อายุ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	36	9
	อายุ 20-40 ปี	288	72
	อายุ 41-60 ปี	64	16
	อายุ 60 ปี ขึ้นไป	12	3
3. ระดับการศึกษา	ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	97	24.25
	ระดับปริญญาตรี	273	68.25
	ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	30	7.50
4. อาชีพ	นักศึกษา	136	34
	รับราชการ	11	2.75
	ธุรกิจส่วนตัว	29	7.25
	ค้าขาย	33	8.25
	พนักงานออฟฟิศ/ลูกจ้าง	134	33.50
	อื่นๆ	57	14.25

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น (ต่อ)

(n=400)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น		จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้	น้อยกว่า 100,000 บาท/เดือน	132	33
	100,000-200,000 บาท/เดือน	127	31.75
	200,001-300,000 บาท/เดือน	93	23.25
	มากกว่า 300,000 บาท/เดือน	48	12
6. สถานภาพ	โสด	288	72
	สมรส	110	27.50
	หย่า	2	0.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้

จ่ายในการท่องเที่ยว และความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

(n=400)

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		
เดินทางมาคนเดียว	16	4
เดินทางมากับเพื่อน	204	51
เดินทางมากับครอบครัว	99	24.75
เดินทางมากับบริษัททัวร์	72	18
อื่นๆ	9	2.25
2. ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว		
เดือน มกราคม-มีนาคม	398	99.50
เดือน เมษายน-มิถุนายน	2	0.50
เดือน กรกฎาคม-กันยายน	0	0
เดือน ตุลาคม-ธันวาคม	0	0
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 4,000 บาท	51	12.75
4,000-7,000 บาท	145	36.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น (ต่อ)

(n=400)

7,000-10,000 เยน	126	31.50
มากกว่า10,000 เยน	78	19.50
4. ความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก		
ต้องการกลับมา	308	77
ไม่ต้องการกลับมา	21	5.25
ยังไม่แน่ใจ	71	17.75

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม

ภายในสถานที่ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 3 สรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน

(n=400)

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านกิจกรรมภายในสถานที่	4.19	.61	มาก
2. ด้านสภาพแวดล้อม	3.89	.64	มาก
3. ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.76	.67	มาก
รวมทั้งหมด	3.97	.57	มาก

จากตารางที่ 3 ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ มีภาพรวมความพึงพอใจอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า กิจกรรมการนั่งช้างชมโบราณสถานเป็นกิจกรรมที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ระหว่างคนและช้างไทยมีค่าเฉลี่ยรายข้อมากที่สุด ($\bar{X}=4.41$) รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อม เมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า พบว่าค่าเฉลี่ยรายข้อที่มากที่สุด คือข้อที่ 2.2.1) ทศนิยภาพบริเวณพื้นที่ภายในและรอบๆวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสวยงาม และ 2.2.2) มีคุณค่า และอัตลักษณ์

ที่โดดเด่นเชิงวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.11$) และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าค่าเฉลี่ยรายข้อที่น้อยที่สุด ข้อ 3.3.2) การบริการห้องน้ำ มีความสะอาด สุขอนามัยที่ดี ($\bar{X}=3.09$) และข้อที่ 3.3.1) ห้องน้ำมีจำนวนที่เพียงพอสำหรับผู้ใช้งาน ($\bar{X}=3.31$)

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว พบว่า ช่วงอายุ และความประสงค์ในการ

เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 เพื่อให้เห็นความแตกต่างผู้วิจัยนำได้จัดทำเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ดังนี้

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามช่วงอายุ

(n=400)

ช่วงอายุ	ช่วงอายุ					
	$\bar{X}$	S.D.	อายุต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-40 ปี	อายุ 41-60 ปี	อายุ 60 ปี ขึ้นไป
1. อายุต่ำกว่า 20 ปี	4.29	0.52	-	.31014*	.50613*	-
2. อายุ 20-40 ปี	3.98	0.54	-.31014*	-	-	-
3. อายุ 41-60 ปี	3.78	0.57	-.50613*	-	-	-
4. อายุ 60 ปี ขึ้นไป	3.78	0.79	-	-	-	-

F=6.88, Sig.=.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่ามีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน 2 คู่ที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มากกว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มี

มีช่วงอายุ 20-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และคู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มากกว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุ 41-60 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

(n=400)

ความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก	$\bar{X}$	S.D.	ความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก		
			ต้องการกลับมา	ไม่ต้องการกลับมา	ยังไม่แน่ใจ
1. ต้องการกลับมา	4.12	0.43	-	.80819*	.63740*
2. ไม่ต้องการกลับมา	3.31	0.91	-.80819*	-	-
3. ยังไม่แน่ใจ	3.48	0.55	-.63740*	-	-

F=68.75, Sig.=.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่ามีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน 2 คู่ที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มากกว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ไม่ต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และคู่ที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มากกว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ยังไม่แน่ใจในการเดินทางกลับมาเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพอใจ และชื่นชอบวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก และจำแนกความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมภายในสถานที่มากที่สุด เนื่องจากวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การนั่งช้างชมโบราณสถาน การถ่ายรูปคู่กับช้าง การแสดงโชว์ช้าง และการให้อาหารช้าง ที่มีช้างเป็นเอกลักษณ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม อีกทั้งแต่ละกิจกรรมได้มอบความสนุกสนานเพลิดเพลิน มอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นยังมีความเห็นว่า ระยะเวลาของกิจกรรมกับราคาที่วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จัดให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม คำนึงต่อการใช้จ่ายแก่กิจกรรมต่างๆ เช่น การนั่งช้างชมโบราณสถาน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางการนั่งช้างได้ตามระยะเวลาของกิจกรรม โดยมีให้เลือก 3 รายการ ดังนี้ 1. เส้นทางการเดินทางของช้างในการเที่ยวชมโบราณสถานที่ศาลหลักเมือง วัดเกษ จุดพักชมวิวพระราม จะใช้ระยะเวลาประมาณ 7-10 นาที คิดค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติในราคา 200 บาท ต่อคน 2. เส้นทางการเดินทางของช้างในการเที่ยวชมโบราณสถานที่ศาลหลักเมือง วัดเกษ กลุ่มขุนแผน วัดพระราม จะใช้ระยะเวลาประมาณ 15-20 นาที คิดค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติในราคา 400 บาท ต่อคน และ 3. เส้นทางการเดินทางของช้างในการเที่ยวชมโบราณสถานที่ศาลหลักเมือง วัดเกษ กลุ่มขุนแผน วัดพระราม วิหารมงคลบพิตร อนุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทอง บึงพระรามด้านอยุธยามหาปราสาท จะใช้ระยะเวลาประมาณ 25-30 นาที คิดค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติในราคา 500 บาท ต่อคน (วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2548)

ด้านสภาพแวดล้อม คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจรองลงมา เนื่องจากวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวชมโบราณสถาน เช่น วัดพระราม วิหารมงคลบพิตร บึงพระราม เป็นต้น นอกจากนั้นพื้นที่บริเวณรอบๆ ยังมีทัศนียภาพที่ค่อนข้างกว้างขวาง สวยงาม ปลอดภัย สะดวกต่อการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเดินรอบๆ และสัมผัสกับบรรยากาศที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอเนก สุวรรณบัณฑิต และ

ภาสกร อุดลยพัฒน์กิจ (2548: 176) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สภาพแวดล้อมของสถานที่ที่มีบรรยากาศสวยงาม มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าประเด็นในหัวข้อ 3.3.2) เรื่อง ห้องน้ำมีความสะอาด สุขอนามัยที่ดี นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความเห็นว่าวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังสะอาด และมีสุขอนามัยที่ไม่ได้ตามเกณฑ์ที่ควรจะเป็นในการให้บริการ ในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว นั้น ห้องน้ำ ถือว่าจำเป็นจะต้องมีมาตรฐานความสะอาด มีสุขอนามัยที่ดี มีพนักงานทำความสะอาดที่ทำหน้าที่รักษาความสะอาดอย่างเพียงพอ หรือคอยจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในห้องน้ำ เช่น กระดาษทิชชู ถังขยะ หรือ สบู่ล้างมือ รวมถึงควรมีจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอต่อการใช้งาน สำหรับผู้ที่ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เหตุผลดังกล่าวจึงทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นไม่ได้รับความสะดวกสบายต่อการใช้บริการห้องน้ำ ที่มีหลากหลายกลุ่มของนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาใช้บริการร่วมกัน และส่วนนี้จะต้องนำไปปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นในการพัฒนาต่อไป

เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกตาม 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่กลับพบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยา แลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยว

ญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีช่วงอายุ 20-40 ปี และ ช่วงอายุ 41-60 ปี เรียงลงมาตามลำดับ อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ชอบกิจกรรมที่หลากหลาย สนุก ตื่นเต้น เช่น การนั่งช้างชมโบราณสถาน การถ่ายรูปกับช้าง การให้อาหารช้าง และการแสดงโชว์ช้าง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี โดยเฉพาะวัย 41-60 ปี อาจจะไม่ชอบกิจกรรมที่โลดโผน จึงทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรพร ฉายกิจ (2556:73) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัยโดยรวมแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่มีวัยอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่ไม่เหมือนกันและมีความชอบในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน 2.ปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ที่ประกอบไปด้วย ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่างกันมีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงไม่เป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แต่กลับพบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก มีความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน ผลการทดสอบเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวมี

ความพึงพอใจต่อวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มากกว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ยังไม่แน่ใจในการเดินทางกลับมา และนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ไม่ต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เห็นว่าความพึงพอใจในแต่ละด้าน เช่น ด้านกิจกรรมภายในสถานที่ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านนั้น อาจมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่จะมีความประสงค์ในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุตาพร ทองสวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจนนั่น ถ้าหากยังทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ หรือ รักษาคุณภาพทางการบริการ เช่น การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รักษาความสวยงามของสถานที่ ก็อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจต่อคุณภาพของการบริการ และมีความประสงค์ที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก (Cole, & Scott, 2004)

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจในด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรมีนโยบายที่จะส่งเสริมคุณภาพในด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น เช่น การบริการห้องน้ำ และสุขอนามัยที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2. วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรมีการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สภาพบริเวณภายในและรอบๆ ของสถานที่มีความสวยงาม สะอาด อยู่อย่างเสมอ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์จุฑาทิพ คล้ายทับทิม อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลลิตา นิพิฐประศาสน์ สุนทรวิภาต อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่เสียสละเวลา อันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษาพร้อมข้อเสนอแนะชี้แนะ ตลอดจนตรวจสอบ และปรับแก้ไขข้อบกพร่องอย่างต่อเนื่องจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบพระคุณมาไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย (online). www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521.
- วรพร ฉายกี. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2548). ข้อมูลวังช้างอยุธยาแลเพนียด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (online). www.changdee.com.

- สุดาพร ทองสวัสดิ์. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา. ทุนอุดหนุนการวิจัย สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สำนักข่าวมติชนออนไลน์. (2561). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับ บีบีซีโอ กรุงเทพฯ เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณา Amazing Thailand “Open to the New Shades” (online). www.matichon.co.th/publicize/news_845586.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2562). บริการข้อมูลการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (online). www.ayutthaya.mots.go.th/index.php.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดุลพัฒนกิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร: อุดุลพัฒนกิจ.
- Cole & Scott, (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.