

ทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน:
กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Tourists' Opinion on Logistics Management for Community Tourism: A Case
Study of Ayothaya Floating Market, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

สุจิตตรา กฤษตมุก¹, ปิ่นจภา เกียงกุลลา², สมฤทัย แม่นมัน³, บุญฤทธิ์ จันทร์ขาว⁴,
วิไชย สิ้นบัณฑิต⁵, กฤษดา ตรีวิเศษ⁶, สิทธิชัย แลคำ⁷, สุทธิณี บัวตม⁸,
จิตรลดา รอดพลอย⁹, จิราวรรณ สมหวัง¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

¹⁰chirawansomwang@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา และ 2) เปรียบเทียบทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิสำเนา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาที่มีจำนวน 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.924 ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบค่าเอฟ และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทางการเงิน และด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร ส่วนการเปรียบเทียบทัศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จำแนกตามสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาและภูมิสำเนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ทัศนะของนักท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้ำอโยธยา

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study tourists' opinion on logistics management for community tourism: a case study of Ayothaya floating market, Phra Nakhon Si Ayutthaya province, and 2) compare tourists' opinion on logistics management for community tourism: a case study of Ayothaya floating market, Phra Nakhon Si Ayutthaya province classified by gender, age, marital status, education level, occupation, average monthly income, and hometown. The research samples were 400 tourists who visited in Ayothaya floating market. Research instruction was a questionnaire with the reliability of 0.924. Data was analyzed by a computer program. The statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, and Fishers Least Significant Difference (LSD) test. The Research findings revealed that tourists' opinions on logistics management for community tourism: a case study of Ayothaya floating market, in overall, was at high level. Means in descending order were as following: community life flow, physical flow, financial flow, and information flow. According to the comparison of tourists' opinion on logistics management for community tourism: a case study of Ayothaya floating market, when classified by marital status, there was statistical significance at the level of .01. When classified by education level, and hometown, there was statistical significance at the level of .05. When classified by gender, age, occupation, and average monthly income, there was no statistical significance.

Keywords: Tourists' opinion, Logistics management for community tourism, Ayothaya floating market

1. บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว เป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้นๆ อีกด้วย ข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งในรอบทศวรรษที่ผ่านมา รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในลำดับ 1 หรือ 2 มาโดยตลอด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งออกอื่นๆ (นภนนท์ หอมสุต, ภิมลรัตน์ ปัดทะสี และสุวรรณรัตน์ รุ่งจริง, 2555, หน้า 1)

การท่องเที่ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลกต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าสู่ประเทศโดยจะเห็นได้จาก

การที่รัฐบาลและหน่วยงานของกลุ่มประเทศนั้น ๆ ต่างพากันจัด ตั้งองค์การด้านการท่องเที่ยวเพื่อหวังที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงาน สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ ก่อเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายการพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข ปลอดภัย ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจ โรงแรม การขนส่ง ภัตตาคาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ปัจจุบันรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้กับคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นโดยเห็นการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นโดยเห็นกรท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและรายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวนั้นกระจายไปสู่ประชาชนทุกระดับชั้นรวมทั้งกระจายสู่ภาคธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องและรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยคิดเป็นมูลค่ามหาศาล (ปวีณา พวิวงศ์โอฬาร, 2552, หน้า 21)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นที่ตั้งของกรุงศรีอยุธยาในอดีต หรือที่มีชื่อเต็มว่า “กรุงเทพมหานครศรีอยุธยา” เป็นจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมมาท่องเที่ยว เนื่องจากมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น ที่ตั้งของจังหวัดอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ทั้งทางบก โดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง รถไฟ หรือทางน้ำ อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วรราชา พรหมศิลป์, และเยาวลักษณ์ พรหมายน, 2556, หน้า 874)

ในช่วงที่กระแสของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กำลังเป็นที่นิยม ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แห่งนี้ด้วยเนื้อที่ 50 ไร่ ถูกจัดสรรเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกิดขึ้นได้เนื่องจากต้องการให้พื้นที่เมืองอโยธยาที่อยู่บริเวณรอบนอกเกาะกรุงศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้สถานที่แห่งนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและศึกษาเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยตั้งแต่สมัยอยุธยาทั้งด้านการแต่งกาย ด้านสถาปัตยกรรมที่งดงามและคงเอกลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่น และการแสดงพื้นบ้านของกินในยุคเก่าและวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทย ๆ ที่เรียบง่าย จุดเด่นของสถานที่นี้ คือการนำชื่ออำเภอทั้งหมดของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยามาตั้งชื่อ อาคาร สถานที่ (เที่ยวตลาดน้ำ ตลาดเก่าโบราณ) ถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดน้ำที่ถูกสร้างขึ้นแต่อาคาร สินค้า และสิ่งของต่าง ๆ ที่อยู่ในบริเวณตลาดแห่งนี้ก็ยังพยายามคงความเป็นไทยให้มากที่สุด (นภานนท์ หอมสุด, ภิมลรัตน์ ปัดทะสี, และสุวรรณรัตน์ รุ่งจริง, 2555, หน้า 12)



ภาพ 1 ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ได้ไปเที่ยวชมตลาดน้ำอโยธยามาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบปัญหาของตลาดน้ำอโยธยาดังนี้ 1) ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัญหาทางเดินคับแคบ ห้องน้ำไม่เพียงพอและไม่สะอาด แม่น้ำสกปรก ที่จอดรถไม่เพียงพอ ถึงขยะไม่เพียงพอ ไม่มีป้ายบอกทางสะพานข้าม 2) ส่วนด้านสินค้าและบริการ พบว่า มีสินค้าขายน้อยและไม่หลากหลาย เป็นสินค้าเดิมๆ ไม่ค่อยมีการพัฒนาหรือวางจำหน่ายสินค้าใหม่ๆ 3) ด้านร้านค้า พบว่า ร้านค้ามีจำนวนน้อยเกินไป ร้านอาหารมีจำนวนน้อยเพียงพอ และ 4) ด้านแม่ค้า พบว่า แม่ค้าไม่ค่อยให้ความร่วมมือ แม่ค้าบริการไม่สุภาพ (จรัสพร กระจำง, รุจิรา จินตกลีกรรม, วรากรณ์ บุญมี, และแสงเดือน เสมาทอง, 2560)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจะต้องศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาเพื่อให้มีการบริหารจัดการแก้ไขและปรับปรุงปัญหาในด้านต่างๆศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ได้ไปเที่ยวชมตลาดน้ำอโยธยามาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาทักษะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงดังภาพ 2

ตัวแปรอิสระ
(independent variables)

- ปัจจัยส่วนบุคคล**
1. เพศ
 2. อายุ
 3. สถานภาพสมรส
 4. ระดับการศึกษา
 5. อาชีพ
 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 7. ภูมิลำเนา

ตัวแปรอิสระ
(dependent variable)

- การจัดการโลจิสติกส์**
การท่องเที่ยวชุมชน
1. การไหลทางกายภาพ
 2. การไหลทางวิถีชีวิตชุมชน
 3. การไหลทางการเงิน
 4. การไหลของข้อมูลข่าวสาร



ภาพ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันเมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวนที่ไม่แน่นอน (Infinite population)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คณะผู้วิจัยจึงใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, หน้า 47) และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จึงใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close ended questionnaire) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open ended questionnaire) โดยแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมานำไปใช้สอบถาม

เกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำ
อโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแบ่งออกเป็น 3 ตอน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามชนิดแบบสำรวจรายการ (Check list) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้ต่อเดือน และภูมิสำเนา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามชนิดสำรวจรายการ (Check list) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ อโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มี
ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ประกอบด้วย 4
ด้านได้แก่ ด้านการไหลทางกายภาพ (Physical flow) ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน (Community
life flow) ด้านการไหลทางการเงิน (Financial Flow) ด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information
flow) ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนน ดังนี้

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้ค้นคว้าดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดทฤษฎี ตำราและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ

2. การกำหนดกรอบแนวคิด จากตัวแปรที่ต้องการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการ
สร้างเครื่องมือให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิสำเนา เพื่อทราบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้ง 4
ด้าน ประกอบด้วย ได้แก่ ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน ด้านการไหลทาง
การเงิน และด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร

3. คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด
ในการวิจัยทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาด
น้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ แบบสอบถามชนิดสำรวจรายการ
(Check list) ในส่วนของตอนที่ 1 และตอนที่ 2 สำหรับตอนที่ 3 จะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

4. คณะผู้วิจัยได้ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษารายงานการวิจัย ตรวจสอบ
เครื่องมือที่สร้างไว้และนำเสนอเพื่อพิจารณาตรวจสอบขั้นตอนจากผู้เชี่ยวชาญ

5. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จให้อาจารย์ที่ปรึกษารายงานการวิจัย
ตรวจสอบความเที่ยงตรง เพื่อขอความเห็นชอบและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อ
พิจารณาทั้งด้านเนื้อหาสาระและโครงสร้างของคำถามตลอดจนภาษาที่ใช้และตรวจสอบคุณภาพของ
เครื่องมือ

6. คณะผู้วิจัยได้หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข ให้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้เรียงเรียงแล้วนั้น นำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

7. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาจากการเก็บข้อมูลตัวอย่าง มาการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ใช้วิธีการของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.924

8. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบ เพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (post hoc test) ตามวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's least - significant difference: LSD)

6. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25

2. ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเชิงชุมชนในจังหวัดอยุธยา ได้แก่ ตลาดวัดท่าการ้อง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาจากการแนะนำของครอบครัว ญาติ และ เพื่อน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาที่ครอบครัว จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวประมาณ 1,000 – 1,500 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาน้อยกว่า 3 ครั้ง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50

3. ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมทุกด้านอยู่ใน

ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทาง และด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร

ตาราง 1 ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านภาพรวม

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการไหลทางกายภาพ	4.09	0.57	มาก
2. ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน	4.09	0.52	มาก
3. ด้านการไหลทางการเงิน	4.05	0.57	มาก
4. ด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร	3.88	0.54	มาก
ภาพรวม	4.03	0.42	มาก

4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จำแนกตามสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาและภูมิสำเนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการเปรียบเทียบ	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา
1. เพศ	ไม่แตกต่างกัน
2. อายุ	ไม่แตกต่างกัน
3. สถานภาพสมรส	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
4. ระดับการศึกษา	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. อาชีพ	ไม่แตกต่างกัน
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่แตกต่างกัน
6. ภูมิสำเนา	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับเรื่องทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คณะผู้วิจัยได้พบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. ด้านการไหลทางกายภาพ พบว่า ทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีร้านขายอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รองลงมาคือมีร้านขายของที่ระลึกและสินค้าชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำสะอาด ที่พักผ่อน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยในพื้นที่

2. ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน พบว่า ทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความสวยงามของสถาปัตยกรรมชุมชน เช่น เรือนไทยโบราณ รองลงมาคือมีความหลากหลายของอาหารพื้นบ้าน เช่น เมนูห่อหมกหม้อดิน ก๋วยเตี่ยวต้มยำสุโขทัย และหอยทอดครก และความสวยงามของโบราณสถาน เช่น วัดมเหยงคณ์ วัดสมณโกฏฐาราม วัดกุฎีดาว และวัดประดู่ทรงธรรม และความสวยงามของตลาดชุมชนวิถีไท ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการจัดกิจกรรมตามวิถีของคนในท้องถิ่น เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม ฟ้อนรำ ฟันดาบ

3. ด้านการไหลทางการเงิน พบว่า ทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การเข้ามาท่องเที่ยวนี้ เป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน รองลงมาคือ มีการกำหนดราคาขายของที่ระลึกและสินค้าชุมชนที่เหมาะสม และมีการกำหนดราคาขายอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีราคาค่าบริการอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าบริการขี่ช้างชมโบราณสถาน ค่านั่งเรือชมบรรยากาศของตลาดน้ำ

4. ด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร พบว่า ทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีป้ายหรือนิทรรศการแสดงข้อมูลของสถานที่และวัฒนธรรมประเพณี เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบรายละเอียดและประวัติความเป็นมา รองลงมาคือ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางไปชดแหล่งท่องเที่ยว และมีหน่วยบริการข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการแจกสื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำอโยธยาแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ หรือเอกสาร

5. ทัศนระของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่านักท่องเที่ยวก่อนสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาต่ำกว่ากลุ่มสมรสและหม้าย/หย่าร้าง

8. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่านักท่องเที่ยวก่อนสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ

9. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

10. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

11. ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อจำแนกตามตามภูมิลำเนา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า นักท่องเที่ยงที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่นมีความคิดเห็นต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาต่ำกว่านักท่องเที่ยงที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

8. สรุปผลการวิจัย

ทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทางการเงิน และด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร ส่วนการเปรียบเทียบทักษะของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จำแนกตามสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาและภูมิลำเนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ด้านการไหลทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ทิศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในพื้นที่ ดังนั้น ตลาดน้ำอโยธยา ควรจะมีระบบความปลอดภัยในพื้นที่ให้มากขึ้น ได้แก่ การติดตั้งระบบกล้องวงจรปิด ไว้ทุกพื้นที่ภายในตลาดน้ำอโยธยา เพิ่มจำนวนยามรักษาการณ์ เพื่อดูแล สอดส่อง และตรวจตราความปลอดภัยภายในพื้นที่ตลาดน้ำอโยธยา เพื่อป้องกันจากการโจรกรรม การก่อวินาศกรรม การจารกรรม และอุบัติเหตุ ฯลฯ ที่อาจเกิดขึ้น และสร้างความเสียหายแก่สถานที่ ทรัพย์สินต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา

1.2 ด้านการไหลทางวิถีชีวิตชุมชน จากผลการวิจัยพบว่า ทิศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการจัดกิจกรรมตามวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม ฟ้อนรำ ฟันดาบ ดังนั้น ตลาดน้ำอโยธยา ควรปรับปรุงกิจกรรมตามวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น โดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการจัดกิจกรรมตามวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านการไหลทางการเงิน จากผลการวิจัยพบว่า ทิศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีราคาค่าบริการอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าบริการขี่ช้างชมโบราณสถาน ค่านั่งเรือชมบรรยากาศของตลาดน้ำ ดังนั้น ตลาดน้ำอโยธยา ควรปรับปรุง ค่าบริการ ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น หรือมีการจัดโปรโมชั่นด้านราคาค่าบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การลดราคาค่าบริการในวันพิเศษ เช่น วันเด็ก วันพ่อแห่งชาติ หรือวันแม่แห่งชาติ และควรมีป้ายประกาศอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน

1.4 ด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร จากผลการวิจัยพบว่า ทิศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการแจกสื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำอโยธยาแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ หรือเอกสาร ดังนั้น ตลาดน้ำอโยธยา ต้องเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำอโยธยาแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้ง ทางอินเทอร์เน็ต เช่น การเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ การตั้งเพจตลาดน้ำอโยธยาผ่านทาง Facebook เพื่อเผยแพร่ข้อมูล เป็นต้น การให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องช่วยเผยแพร่ข้อมูลให้มากขึ้น

9.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร เพราะฉะนั้น ควรชี้แจงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของการทำวิจัยครั้งนี้มากขึ้น

2. ในการทำวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดจากตัวแปรที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อทราบทิศนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น ด้านการไหลของบริการ, ด้านการไหลของสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยและสถาบันดำรงรา
ชาณุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2541). **คู่มือแนวทางการบริหารและ
จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภา
ตำบล (สต.).** กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- จรัสพร กระจำง. (2560, มกราคม 5). พนักงานบริษัท ที.ที.แตรกเตอร์คูโบต้า จำกัด. สัมภาษณ์
จิราวรรณ สมหวัง. (2559). รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมกลุ่มชาติลาวแนว้ จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี. ลพบุรี: มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเทพสตรี.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.(พิมพ์ครั้งที่
ที่ 13). กรุงเทพฯ: สามัญบัณฑิตเนสอาร์แอนดีดี.
- นภนนต์ หอมสุด, ภิมลรัตน์ ปัดทะสี, และสุวรรณรัตน์ รุ่งจริง. (2555). ความคาดหวังและความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำอโยธยา. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติด้าน
ธุรกิจและเศรษฐกิจ ครั้งที่ 5 ประจำปี 2555 (หน้า 12). ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- รุจิรา จินตกลสิกรรม. (2560, มกราคม 8). ผู้ช่วยเหลือคนไข้ โรงพยาบาลลาดยาว. สัมภาษณ์
วรรษชา พรหมศิลป์, และเยาวลักษณ์ พรหมายน. (2556). ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อ
การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. เอกสารเสนอต่อที่ประชุมสัมมนาทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลตะวันออก ครั้งที่ 6 วันที่ 15-17 พฤษภาคม 2556, พระนครศรีอยุธยา.
- วรากรณ์ บุญมี. (2560, มกราคม 20). นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี.
สัมภาษณ์
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนา
พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- แสงเดือน เสมาทอง. (2560, มกราคม 20). นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี.
สัมภาษณ์