

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลก

BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARD TOURISM AT SI THEP

HISTORICAL PARK, A WORLD HERITAGE CITY

รมิดา กิตติชัยกุลกิจ¹, เสรี วงษ์มณฑา², ชวลีย์ ณ ถลาง³, ชุษณะ เทชคณา⁴Ramida Kittichaikoonkij¹, Seri Wongmontha², Chawalee Na Thalang³, Jusana Techakana⁴

(Received: June 24, 2025 ; Revised: July 22, 2025 ; Accepted: July 30, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ได้แก่ Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities และ Ancillary services โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาในภาคกลาง ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนกับครอบครัวในช่วงวันหยุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรม และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเกิน 2,500 บาทต่อคน โดยรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์

¹ นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Ph.D. Student, Tourism, Hotel and Service Business Management, College of Management,
University of Phayao. e-mail: lexr29@gmail.com

² ประธานโครงการหลักสูตรและรองศาสตราจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Program Chair and Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management,
College of Management., University of Phayao. e-mail: seri_wong@yahoo.com

³ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management, College of Management,
University of Phayao. e-mail: ajarachawalee@gmail.com

⁴ รองศาสตราจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
Associate Professor, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology
Northern Bangkok. e-mail: jusana.t@fba.kmutnb.ac.th

กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 2) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้าน Attraction เช่น ความสวยงามของโบราณสถาน ขณะที่ Amenities บางรายการอยู่ระดับปานกลาง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม การบริการธนาคาร และจุดเช่าชุดพื้นถิ่น โดยอายุและภูมิลำเนาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ข้อเสนอแนะคือ 1) ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาแอปพลิเคชันและศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกอื่น 2) กำหนดกลยุทธ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพื้นที่ชุมชนโดยรอบ โดยคำนึงถึงบริบทของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน

คำสำคัญ : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยววัฒนธรรม องค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

Abstract

The purposes of this study were to 1) investigate the travel behavior of Thai tourists visiting Si Thep Historical Park, and 2) examine tourist satisfaction based on the 6A components of tourism: Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities, and Ancillary Services. Data were collected using questionnaires from 400 Thai tourists and analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing through t-tests and ANOVA. The findings revealed that 1) most tourists were female, aged between 36–50 years, held a bachelor's degree, worked in the private sector, earned an average monthly income of no more than 15,000 baht, and were residents of the central region of Thailand. In terms of travel behavior, most traveled with family for leisure during holidays, using private cars, staying overnight, and spending more than 2,500 baht per person on average. There was a highest relationship between monthly income and tourist behavior. 2) the tourist satisfaction was high, particularly in the “Attraction” dimension, such as the beauty of the archaeological site. However, certain “Amenities” such as travel businesses, meeting services, banking services, and traditional costume rental points received moderate satisfaction. Age and region of origin had a statistically significant influence on tourist satisfaction at the 0.05 level. The recommendations are: 1) improve facilities, develop mobile applications and tourist service centers, and connect the site with other World Heritage routes; 2) establish strategies to develop cultural tourism and nearby community areas, considering the target group context, in order to create meaningful and sustainable experiences.

Keywords: Tourist behavior, Tourist satisfaction, Cultural tourism, 6A Tourism Components, Si Thep Historical Park

บทนำ

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ตั้งอยู่ในอำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลก สมัยสามัญ ครั้งที่ 45 เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2566 ณ กรุงริยาด ประเทศซาอุดีอาระเบีย ภายใต้ชื่อ “The Ancient Town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments” นับเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งที่ 4 และแหล่งมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทย (กรมศิลปากร, 2566) เมืองโบราณศรีเทพมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางของอารยธรรมทวารวดีในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11–18 โดดเด่นด้านศิลปกรรม ศาสนา และสถาปัตยกรรมที่สะท้อนการผสมผสานระหว่างความเชื่อพื้นถิ่นกับอิทธิพลจากศิลปะขอม อันปรากฏชัดในโบราณสถานสำคัญ เช่น ปราสาทศรีเทพ และปราสาทสองพี่น้อง

ภายหลังการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากหลักแสนเป็นหลักล้านคนภายในระยะเวลาไม่ถึงหนึ่งปี (อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2568) ส่งผลให้พื้นที่แหล่งโบราณสถานกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับประเทศ และปัญหาที่พบ เช่น ความแออัด การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการขยะ ตลอดจนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว อาทิ การปีนโบราณสถานหรือการทิ้งขยะในพื้นที่ ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการและเสี่ยงต่อการบั่นทอนคุณค่าของแหล่งมรดกในระยะยาว หากปราศจากแนวทางที่ตอบสนองต่อทั้งมิติการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างสมดุล

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพภายใต้กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาแนวทางการจัดการที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์ ตลอดจนการเสริมสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ของแหล่งมรดกโลกในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวมีความผันแปรตามช่วงเวลา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดจากสูตรของ Cochran (1977) และสอดคล้องกับหลักการของ Yamane (1967) ภายใต้อัตราความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5%

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเหมาะสมกับลักษณะของประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนแน่นอนได้ และยินดีตอบแบบสอบถามได้ โดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

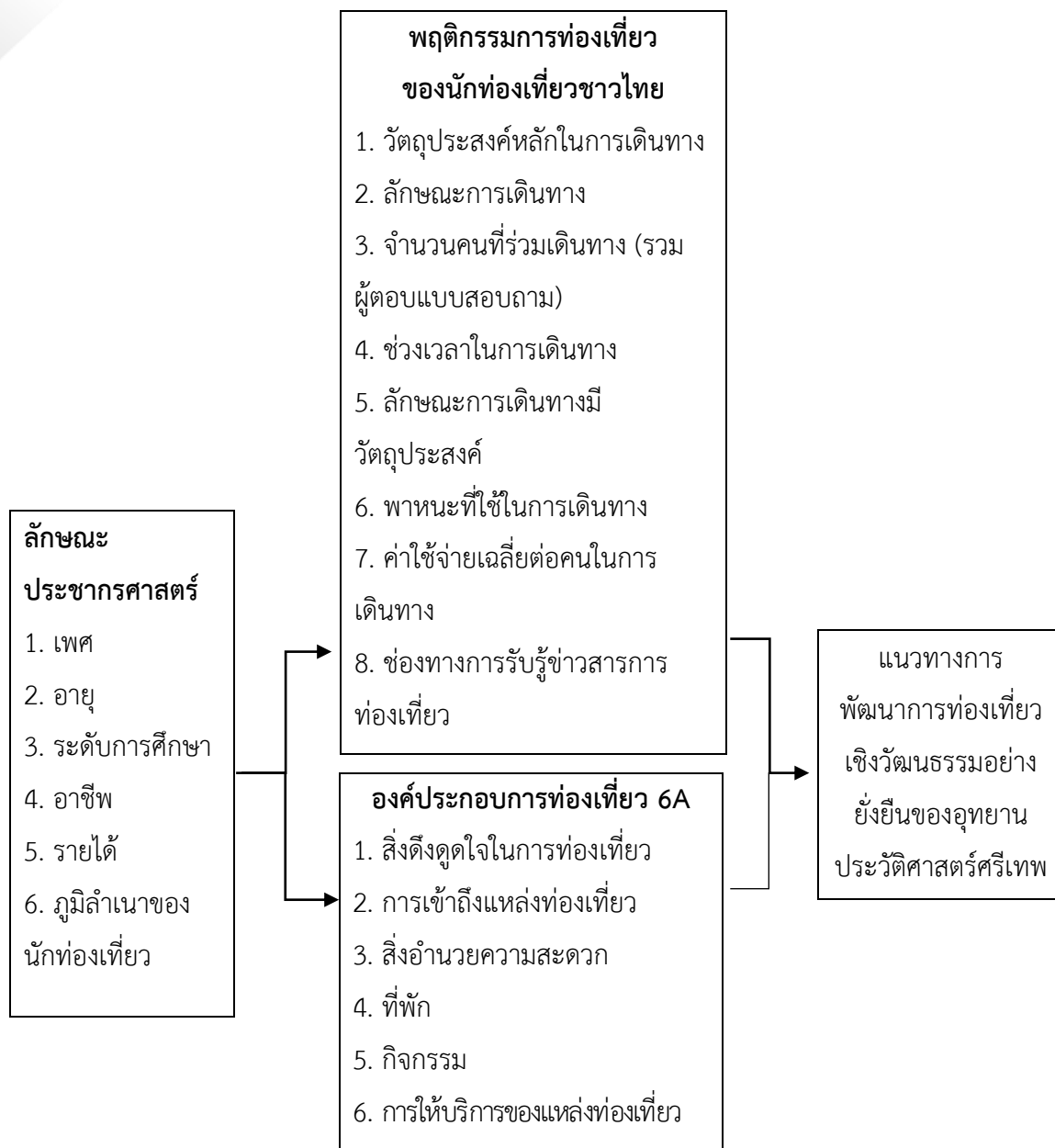
ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ในการมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพแตกต่างกัน

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดองค์ประกอบ การท่องเที่ยว 6A แบ่งเป็น 3 ส่วน กล่าวคือ 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) ระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ใช้มาตราส่วน ประเมินค่าแบบ Linkert 5 ระดับ (Five-point Likert Scale) จาก 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

การพัฒนาเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการท่องเที่ยวและสถิติ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ผลการประเมินความตรง เชิงเนื้อหา (IOC: Item-Objective Congruence Index) ได้ค่า IOC = 0.88 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ ได้ (มากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ของ Rovinelli & Hambleton (1977; อ้างใน ประสาน มานะวงศ์, 2559) และนำแบบสอบถามทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่า เท่ากับ 0.95 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง และเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลจริง

การรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุดเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ กล่าวคือ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายระดับความพึงพอใจ 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ Chi-square test (χ^2) ส่วนการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ใช้ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA (F-test) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé (ประสาน มานะวงศ์, 2559)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 400)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 หญิง	204	51.00
1.2 ชาย	172	43.00
1.3 LGBTQ+	24	6.00
2. อายุ		
2.1 อายุไม่เกิน 35 ปี (≥ 18 ปี)	115	28.70
2.2 อายุ 36–50 ปี	212	53.00
2.3 อายุมากกว่า 50 ปี	73	18.30
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	26.00
3.2 ปริญญาตรี	173	43.25
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	123	30.75
4. อาชีพ		
4.1 พนักงานบริษัทเอกชน	138	34.50
4.2 ธุรกิจส่วนตัว	134	33.50
4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	111	27.75
4.4 นิสิต-นักศึกษา	17	4.25
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 15,000 บาทหรือน้อยกว่า	108	27.00
5.2 15,001 – 25,000 บาท	97	24.25
5.3 25,001–40,000 บาท	93	23.25
5.4 มากกว่า 40,000 บาท	102	25.50
6. ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว		
6.1 ภาคกลาง	202	50.50
6.2 ภาคเหนือ	109	27.25
6.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	38	9.50
6.4 ภาคใต้	23	5.75
6.5 ภาคตะวันออก	21	5.25
6.6 ภาคตะวันตก	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.00) อายุ 36 – 50 ปี (ร้อยละ 53.00) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 43.25) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 34.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 27.00) และมีภูมิลำเนาภาคกลาง (ร้อยละ 50.50)

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 400)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง		
1.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	147	36.75
1.2 เพื่อตามรอยกระแสนะแห่งมรดกโลก	143	35.75
1.3 เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ทักษะศึกษา/เพิ่มความรู้/ประกอบพิธีทางศาสนา/เพื่อร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น/ทำสื่อประชาสัมพันธ์	110	27.50
2. ลักษณะการเดินทาง		
2.1 เดินทางกับครอบครัว/ญาติ	191	47.75
2.2 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	129	32.25
2.3 เดินทางตามลำพัง/บริษัททัวร์/หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานเอกชน	80	20.00
3. จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)		
3.1 ไม่เกิน 3 คน	179	44.75
3.2 4-6 คน	129	32.25
3.3 มากกว่า 6 คน	92	23.00
4. ช่วงเวลาในการเดินทาง		
4.1 วันจันทร์-ศุกร์	81	20.25
4.2 วันเสาร์-อาทิตย์	243	60.75
4.3 วันหยุดเทศกาลหรือนักชดถุภษ	76	19.00
5. ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์		
5.1 พักค้างคืน	161	40.25
5.2 ไปเช้า – เย็นกลับ	142	35.50
5.3 แวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน	97	24.25
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
6.1 รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์)	299	74.75
6.2 รถตู้เช่าเหมา	51	12.75
6.3 รถทัวร์/รถสาธารณะ/ประจำทาง/รถเช่าเหมาท้องถิ่น	50	12.50

ตารางที่ 2(ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเดินทาง		
7.1 ไม่เกิน 1,000 บาท	104	26.00
7.2 1,001-2,500 บาท	143	35.75
7.3 มากกว่า 2,500	153	38.25
8. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว		
8.1 ข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชน	235	58.75
8.2 ครอบครัว/เพื่อน/ญาติแนะนำ	121	30.25
8.3 ศูนย์บริการข้อมูล/ข่าวสาร/บริษัททัวร์	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 36.75) เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 47.75) โดยเป็นกลุ่มขนาดเล็กไม่เกิน 3 คน (ร้อยละ 44.75) ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 60.75) และนิยมพักค้างคืน (ร้อยละ 40.25) ใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์) (ร้อยละ 74.75) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมากกว่า 2,500 บาท (ร้อยละ 38.25) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชน (ร้อยละ 58.75)

3. ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เดือน	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	0.038*	0.088	0.148	0.067	0.119	0.069
2. ลักษณะการเดินทาง	0.043*	0.335	0.460	0.897	0.021*	0.531
3. จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง	0.009*	0.099	0.415	0.144	0.048*	0.151
4. ช่วงเวลาในการเดินทาง	0.002*	0.003*	0.038*	0.011*	0.010*	0.960
5. ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์	0.793	0.030*	0.002*	0.025*	0.029*	0.157
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	0.394	0.001*	0.003*	0.007*	0.038*	0.025*
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเดินทาง	0.384	0.030*	0.001*	0.277	0.001*	0.410
8. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว	0.644	0.001*	0.261	0.016*	0.049*	0.232

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ Chi-square test (χ^2) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในหลายด้าน ยกเว้น ภูมิสำเนา ซึ่งโดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ($\text{Sig.} > 0.05$) ขณะที่ เพศ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.038^*$) ลักษณะการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.043^*$) จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) ($\text{Sig.} = 0.009^*$) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.002^*$) อายุ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.003^*$) ลักษณะการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.030^*$) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.001^*$) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ($\text{Sig.} = 0.030^*$) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ($\text{Sig.} = 0.001^*$) ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.038^*$) ลักษณะการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.002^*$) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.003^*$) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ($\text{Sig.} = 0.001^*$) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.011^*$) ลักษณะการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.025^*$) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.007^*$) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ($\text{Sig.} = 0.001^*$) รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.021^*$) จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.048^*$) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ($\text{Sig.} = 0.010^*$) ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ ($\text{Sig.} = 0.029^*$) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.038^*$) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ($\text{Sig.} = 0.001^*$) และช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ($\text{Sig.} = 0.049^*$) แม้ ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ($\text{Sig.} = 0.025^*$) แต่ภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ($\text{Sig.} > 0.05$)

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ตารางที่ 4 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	sd.	ความหมาย
1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction)	4.07	0.61	มาก
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	3.77	0.83	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.55	0.80	มาก
4. ที่พัก (Accommodation)	3.69	0.80	มาก
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)	3.80	0.86	มาก
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)	3.99	0.76	มาก
ภาพรวม	3.81	0.66	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{x} = 3.81$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.07$) รองลงมาเป็น

การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.99$) กิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.80$) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.77$) และที่พัก ($\bar{x} = 3.69$) ขณะที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.55$) ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

5. การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ตารางที่ 5 ภาพรวมการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A	ลักษณะประชากรศาสตร์						
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ภูมิลำเนา	
1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction)	0.273	0.000*	0.081	0.741	0.031*	0.001*	
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	0.822	0.035*	0.457	0.248	0.432	0.440	
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	0.630	0.000*	0.439	0.014*	0.578	0.014*	
4. ที่พัก (Accommodation)	0.614	0.000*	0.268	0.065	0.148	0.009*	
5. กิจกรรม (Activity)	0.378	0.000*	0.108	0.633	0.446	0.037*	
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	0.624	0.000*	0.611	0.256	0.238	0.017*	

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า **เพศ** และ **ระดับการศึกษา** ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยนี้ ขณะที่ **อายุ** มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A; สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.000*) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.035*) สิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.000*) ที่พัก (Sig. = 0.000*) กิจกรรม (Sig. = 0.000*) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.000*) **อาชีพ** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.014*) **รายได้ต่อเดือน** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.031*) และ **ภูมิลำเนา** ต่างกัน ระดับความพึงพอใจในหลายองค์ประกอบ อาทิ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Sig. = 0.001*) สิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.014*) ที่พัก (Sig. = 0.009*) กิจกรรม (Sig. = 0.037*) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Sig. = 0.017*)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสะท้อนบทบาทสำคัญในการวางแผนและตัดสินใจเดินทางของครัวเรือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลีย์ ณ ถลาง (2561) ที่เน้นถึงบทบาทผู้นำทางความคิดของผู้หญิงในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มครอบครัว สอดคล้องกับ ชุชนะ เตชคณา (2563) ที่พบว่า กลุ่มวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าความบันเทิง รายได้มีความหลากหลาย โดยรายได้สูงมักเป็นผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป แสดงถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจในการท่องเที่ยว ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง ซึ่งได้เปรียบด้านระยะทาง แสดงถึงระยะทางยังเป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อโอกาสในการเดินทาง (กรมการท่องเที่ยว, 2564)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน นิยมเดินทางแบบกลุ่มเล็ก (ไม่เกิน 6 คน) ร่วมกับครอบครัวหรือญาติ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ อาจจะพักค้างแรม 1 คืนซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวระยะสั้น (Short Break Tourism) ที่เหมาะกับนักท่องเที่ยววัยทำงานซึ่งมีข้อจำกัดด้านเวลา และต้นทุนการเดินทาง นักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักเพราะระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ยังไม่ครอบคลุม ทำให้ค่าใช้จ่ายอยู่ระดับค่อนข้างสูง (มากกว่า 2,500 บาทต่อคนตลอดการท่องเที่ยว) จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมแบบมีส่วนร่วม โปรแกรมนำชมเฉพาะกลุ่ม หรือบริการที่พักเชิงประสบการณ์ (Experiential Lodging) ส่วนช่องทางการรับรู้ข่าวสารมาจากอินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชน ซึ่งอิทธิพลของสื่อดิจิทัลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยสื่อมีความหลากหลายด้านเนื้อหาและการนำเสนอ มีอิทธิพลอย่างสูงต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (เสรี วงษ์มณฑา, 2560)

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” สะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของแหล่งมรดกโลกในการสร้าง “คุณค่าในการรับรู้” ของนักท่องเที่ยว (Perceived Value) อันเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความภักดี และการกลับมาเยือนซ้ำ

องค์ประกอบที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย คือ **สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว** เช่น ความสวยงามของโบราณสถาน ร่องรอยหลักฐานต่าง ๆ ในอุทยานประวัติศาสตร์ เทพ รวมถึงการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกสะท้อนถึง คุณค่าสากลที่โดดเด่น (Outstanding Universal Value) ตามเกณฑ์ของ UNESCO (2023) และยกระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในเชิงสุนทรียะ ประวัติศาสตร์ และจิตวิญญาณของสถานที่ (Sense of Place) สะท้อนทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่ม (ทศพล วรรณกุลพันธ์, 2562) **การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว** เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ จุดบริการรถรางนำชม ถือเป็น

องค์ประกอบที่สนับสนุนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้รับความพึงพอใจ อาทิ กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ กิจกรรมประจำถิ่น เช่น กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองเพื่อร่วมพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ

องค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนเฉลี่ยในระดับต่ำสุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปน้อย กล่าวคือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แม้ถนนสายหลักจะได้รับการพัฒนา แต่การเข้าถึงในพื้นที่ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะไม่มีระบบขนส่งสาธารณะหรือบริการรองรับนักท่องเที่ยว ที่พัก การไม่มีที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือที่พักไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้อาจลดทอนการใช้เวลาในพื้นที่และส่งผลต่อรายได้ในท้องถิ่น แนวทางการส่งเสริมที่พักแบบ โฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรม หรือที่พักแบบ Green Accommodation จึงเป็นทางเลือกที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจท้องถิ่นกับการอนุรักษ์ได้ (UNESCO, 2021) และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนปัญหา ในด้านธุรกิจนำเที่ยว สอดคล้องกับผลวิจัยของ บุชบา ธรรมอารี (2564) ที่กล่าวว่า แม้แหล่งมรดกจะมีทรัพยากรที่โดดเด่น หากสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เอื้อต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยว ก็จะกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม และอาจลดโอกาสในการกลับมาเยือนซ้ำ

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ และการศึกษา ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการท่องเที่ยว อายุ มีผลต่อความพึงพอใจทุกองค์ประกอบ สะท้อนความแตกต่างในเจเนอเรชัน (Choe & Kim, 2021) เช่น กลุ่ม Gen Y, Z สนใจเทคโนโลยีและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุเน้นความสะดวกและปลอดภัย อาชีพ มีผลต่อการประเมินด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานเอกชนและผู้ประกอบการ ที่คาดหวังความสะดวก รวดเร็ว และบริการครบวงจร รายได้ ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับคุณค่าวัฒนธรรมมากกว่าความสะดวกหรือราคาค่าใช้จ่าย และภูมิฐานะ ส่งผลต่อความพึงพอใจในหลายด้าน โดยนักท่องเที่ยวจากภาคกลางซึ่งอยู่ใกล้ มีความคุ้นเคยกับพื้นที่มากกว่า และสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้มากกว่า

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลกดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมดุลกับการอนุรักษ์มรดกโลก นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ เช่น การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว “อยู่นาน จ่ายหนัก กลับมาอีก” (The Southern Mice, 2568) อันจะช่วยยกระดับคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Accessibility Infrastructure Development)
เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น พื้นที่จอดรถ ห้องสุขา และระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงเมือง

ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว พร้อมจัดทำแผนแม่บทร่วมกับท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการที่ยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

2. การยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกสู่มาตรฐานสากล (World-Class Amenities Development) ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานสากล จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เร่งพัฒนาแอปพลิเคชันที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ระบบนำทางอัจฉริยะ การจองกิจกรรมออนไลน์ และข้อมูลแหล่งเรียนรู้หลายภาษา นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแบบ “Living Heritage Museum” ที่ร่วมสมัยกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเทียบเท่ามาตรฐานระดับชาติ

3. การพัฒนาแนวทางการตลาดเชิงพื้นที่และกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม (Place-Based and Experiential Marketing) ออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น VR/AR สำหรับเยาวชน กิจกรรมสาธิตสำหรับผู้สูงอายุ ควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทอื่น เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ อาทิ การทำอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงฮังไย หรือการทำขนม เช่น ขนมลูกโขนโยนเข้ากอไผ่

4. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Heritage Governance) จัดเวทีความร่วมมือทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด “Co-Creation” สนับสนุนบทบาทชุมชนในฐานะเจ้าบ้านวัฒนธรรม และพัฒนากิจกรรมที่ส่งเสริม Soft Power เช่น พิธีกรรมท้องถิ่น Story Map หรือ Podcast เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน (ขวลิ้ง ฦ ฦ, 2561)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคิดเห็น พฤติกรรม และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการที่สอดคล้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและยกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล
2. ควรศึกษา และประเมินผลกระทบในระยะ 3–5 ปี ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์นโยบายและผลกระทบระยะยาวของการเป็นมรดกโลก
3. ด้านระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มรดก เน้นการจัดการขยะ มลภาวะ และระบบนิเวศโดยรวมให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาว
4. พัฒนากิจกรรมมีส่วนร่วมเพื่อสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ หรือออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น อาสาสมัครดูแลโบราณสถาน หรือผลิตสื่อสารคดี

เอกสารอ้างอิง

- Choe, J., & Kim, S. (2021). *Generational Expectations in Heritage Tourism*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 422–439.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.

- Department of Tourism. (2021). *Phæñ mæbot kănp̄hatthana kănthōñ gthiēochaēng watthanatham khōng prathet Thai Phō.Sō. sōngphanhārōñhoksipha 2570*. [Master Plan for the Development of Cultural Tourism in Thailand, 2022–2027]. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- กรมการท่องเที่ยว. (2564). แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2565–2570. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- Dhamaree, B. (2021). Singō am nuai khwām saduāk kap prasopkăñ nakthōngthiēo nai læng mōradok lōk. [Amenities and Tourist Experience at World Heritage Sites]. *Journal of the Tourism Management*, 19(1), 102-120.
- บุษบา ธรรมอารี. (2564). สิ่งอำนวยความสะดวกกับประสบการณ์นักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก. *วารสารการจัดการการท่องเที่ยว*, 19(1), 102–120.
- Fine Arts Department. (2023). *Raīngāñ kăñ khun thabian mōradok lōk muāng borāñ sī thep* [Report on the World Heritage Inscription of Si Thep Ancient City]. Bangkok: Ministry of Culture.
- กรมศิลปากร. (2566). รายงานการขึ้นทะเบียนมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- Manawong, P. (2016). *Kăñ wikhro khōmun thāng sathiti phūā kăñwichai thāng phruttkam sāt*. [Statistical Data Analysis for Behavioral Science Research]. Bangkok: Thammasat University Press.
- ประสาน มานะวงศ์. (2559). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023) *Phæñ phatthanakăñ thōng thiēochaēng chat chabap thi sām (Phō.Sō. sōngphanhārōñhoksiphok sōngphan hārōñchetsip)*. [The 3rd National Tourism Development Plan (2023–2027)]. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- Si Thep Historical Park. (2025). *Mōradok lōk*. [World Heritage]. Retrieved May 14, 2025, from <https://www.facebook.com/sithephistoricalpark.html>
- อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ. (2568). มรดกโลก. สืบค้น 14 พฤษภาคม 2568, จาก <https://www.facebook.com/อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ.html>
- Talang, N. C. (2018). *Kănsūsāñ phūā kănthōngthiēo yāng yangyūñ*. [Communication for Sustainable Tourism]. Bangkok: Thammasart University press.

- ขวลิย์ ณ กลาง. (2561). *การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Tatsanakunpan, T. (2019). *Kāntalāṭ phūā kānthōṅgthīeo watthanatham. [Marketing for Cultural Tourism]*. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- ทศพล วรรณกุลพันธ์. (2562). *การตลาดเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Techakana, J. (2020). Watthanatham kap kānraprū khunkhā khōṅg nak thōṅgthīeo tō lāeng mōradok lōk nai prathet Thai. [Culture and Tourists' Perception of the Value of World Heritage Sites in Thailand]. *Journal of Cultural Studies*, 7(1), 75–93.
- ชัชณะ เตชคณา. (2563). วัฒนธรรมกับการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งมรดกโลกในประเทศไทย. *วารสารวัฒนธรรมศึกษา*, 7(1), 75–93.
- The Southern Mice. (2025). *Poet phæn sām S konlayut dungduṭ nakthōṅgthīeo hai yū nān chāi nak klap mā ik*. [Unveiling the 3S Strategy: Attracting Tourists to Stay Longer, Spend More, and Return Again]. Retrieved June 14, 2025, from <https://www.facebook.com/thesouthernMICE.html>
- The Southern Mice. (2025). *เปิดแผน 3S กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นาน จ่ายหนัก กลับมาอีก*. สืบค้น 14 มิถุนายน 2568, จาก <https://www.facebook.com/thesouthernMICE.html>
- UNESCO. (2021). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention (WHC.21/01)*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved January 15, 2025, from <https://whc.unesco.org/en/guidelines.html>
- UNESCO. (2023). *World heritage list: The ancient town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments*. Retrieved January 15, 2025 from <https://whc.unesco.org/en/list/1663.html>.
- Wongmontha, S. (2017). *Kānsūsān choēngkon yut phūā sāng phāplak [Strategic Communication for Image Building]*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2560). *การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Yamane, T. (1967) *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Edition, Harper and Row, New York.