

คุณภาพ พรหมเจริญ. (2565). คุณภาพบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ชาคริต ศรีทอง

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในปัจจุบันด้วยวิธีการสัมภาษณ์ จำนวนผู้ให้ข้อมูล จำนวน 8 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 4 คน และผู้ประกอบการร้านค้าที่ให้บริการในวัด จำนวน 4 คน และการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาพฤติกรรมและหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 385 คน ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไปในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัด พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดที่นั่งพักเพียงพอสำหรับผู้สูงอายุ มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เข้าถึงข้อมูลประวัติความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของสถานที่ มีเวลาเปิด - ปิดอย่างชัดเจน จัดทำมุมถ่ายภาพสวย ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวเก็บบรรยากาศรอบ ๆ วัด สถานที่จอดรถในวัดสามารถรองรับปริมาณรถได้เพียงพอและมีความปลอดภัย ความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถ และการให้บริการห้องน้ำที่สะอาด 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก ส่วนด้านการค้นหาข้อมูล มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยโดยนำเสนอให้กับวัดภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสำนักงานการท่องเที่ยวอยุธยา นำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตอบสนองต่อผู้รับบริการ การเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้สามารถสร้างความพึงพอใจ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มคุณภาพในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต

**คำสำคัญ :** คุณภาพบริการ การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชาวไทย



1560571396

Danuphaphon Phromcharoen. (2022). Service Quality Related to the Decision-Making of Thai Tourists Visiting Temples in Phra Nakhon Si Ayutthaya. Master of Business Administration (Business Administration). Advisor: Asst. Prof. Dr.Charcrit Sritong

#### ABSTRACT

The purposes of this mixed-method research were 1) to study the current general conditions of Thai tourists visiting temples in Phra Nakhon Si Ayutthaya, 2) to study the behavior of tourists affecting their decision to visit temples in Ayutthaya, and 3) to study the relationship between service quality and decision-making of Thai tourists who come to visit temples in Phra Nakhon Si Ayutthaya. A qualitative method was employed to study the current general conditions by interviewing tourists. There were eight informants, namely 4 Thai tourists and 4 shop operators serving in the temple. A quantitative method was employed to study the tourists' behavior and to find the relationship between service quality and decision-making of visiting temples in Phra Nakhon Si Ayutthaya. The sample group consisted of 385 Thai tourists visiting temples in Phra Nakhon Si Ayutthaya using a quota sampling and simple sampling methods. The research tools were questionnaires and interview forms. Statistics included in the analysis was percentage, mean, standard deviation. Pearson's correlation coefficient.

The results of the research were as follows. First, as for the current general conditions of the Thai tourists visiting the temples, it was found that the tourist attractions had enough seating arrangements for the elderly. There were facilities with access to historical information of the temples, with clear opening and closing times. There were beautiful photo corners for tourists to take some photos with the atmosphere around the temple. Parking spaces in the temples were enough and safe. The tourists were also satisfied with parking spaces and clean toilets. Second, in terms of the behavior of tourists affecting their decision to visit temples in Ayutthaya, overall, there was a high level of positive correlation. When each aspect was taken into consideration, it was found that the perception of needs or the perception of problems regarding alternative assessment, purchase decision, and behavioral aspects after purchase had a high level of positive correlation. As for information seeking, there was a moderate positive correlation at a significance level of 0.05. Third, service quality was related to the decision of Thai tourists to visit temples in Ayutthaya in the same direction at a significance level.

The body of knowledge gained from this research is that the results can be presented to temples in Ayutthaya and to the Ayutthaya Tourism Office as a basis for the concrete service. This will respond to the needs of the tourists and help understand the tourists better. For example, tourists will have a higher level of satisfaction and better decision making so that the province can see a larger number of tourists in the future.

**Keywords:** Service Quality, Decision Making, Thai Tourists



1560571396

VRU IThesis 59B53170109 Independent study / recv: 26052565 20:41:20 / seq: 38