

การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

นางสาวฐานิตา พันธุ์มณี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

HISTORICAL THAI FILM CONSUMPTION AFFECTING DECISION MAKING OF  
TRAVEL TO DESTINATION CONCERNING THE FILM

Miss Tanita Panmanee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Sciences Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อ
	การตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
โดย	นางสาวฐานิตา พันธุ์มณี
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

---

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร.ภัททิยา ยิมเรวัต)

ฐานิตา พันธุ์มณี : การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์. (HISTORICAL THAI FILM CONSUMPTION  
AFFECTING DECISION MAKING OF TRAVEL TO DESTINATION  
CONCERNING THE FILM) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ.ดร.สุชาติ  
ทวีพรปฐมกุล 122 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์  
ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นประชากรชาวไทยที่มี  
อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กองพล  
ทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรีและเคยชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวร  
มหาราช จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือและมีการทดสอบคุณภาพ  
ได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.81 และค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.86 แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่า  
ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test)  
และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือ  
รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี โดยส่วน  
ใหญ่เคยชมภาพยนตร์เรื่องดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราชภาคที่ 1 มากที่สุด และเลือกชมภาพยนตร์  
เรื่องดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเพื่อได้แง่คิดและเนื้อหาสาระ

2. องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจท่องเที่ยวขององค์ประกอบด้านเนื้อเรื่อง ด้านนักแสดง ด้านฉาก และด้านเสียงอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่าง  
ยิ่งในทุกองค์ประกอบ และองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. ผลการเปรียบเทียบองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการ  
ตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างเพศ พบว่า ด้านนักแสดง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
การเปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ด้านฉากและด้านเสียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ .05 และการเปรียบเทียบระหว่างอายุ พบว่า ไม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา  
ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

## 5478404639 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : FILM CONSUMPTION / HISTORICAL THAI FILM / TOURISM DECISION

TANITA PANMANEE : HISTORICAL THAI FILM CONSUMPTION AFFECTING  
DECISION MAKING OF TRAVEL TO DESTINATION CONCERNING THE FILM.

ADVISOR: ASST. PROF. SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D., 122 pp.

The purpose of the study was to study the results of historical Thai film consumption that affecting tourism decision. The samples were 400 Thai people, aged over 20 years old; who lived in Bangkok Metropolis and tourists who visited Naresuan Filming Location located at Surasee Military Base, Kanchanaburi Province and watched The Legend of King Naresuan. A questionnaire which content validity at 0.81 and reliability at 0.86 was used as a survey tool for collecting data. Data were statistically analyzed in terms of means, standard deviations, t-test and one-way ANOVA (F-test). After initial analysis, LSD method was also applied for the significance difference. The results were as follows:

1. The majority of the samples were female, aged between 20-30 years old, working as government officials and state enterprise employees. Their average monthly income was 10,001-20,000 Baht and the highest education level was a bachelor's degree. They mostly have watched The Legend of King Naresuan, Part I for the food for thoughts and content substances.

2. The elements of Thai film The Legend of King Naresuan, which induced tourism decision in story, character, scene and sound factors, all were in a strongly agreed level. The elements of tourism decision mostly were in the strongly agreed level.

3. Comparing the elements of historical Thai film-induced tourism decision by gender, character factor was significant differences at 0.05 level. By the average of monthly income, the scene and sound factors were significant differences at 0.05 level. By age, there was no significant differences at 0.05 level.

Field of study : Sports Science

Student's Signature .....

Academic Year : 2012

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน และความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่ายดังนี้

ผู้วิจัยขอกราบและขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ตลอดจนชี้แนะแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิติตจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณ์พิสุทธิ์ ประธานกรรมการ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ กรรมการ และ ดร.ภัทธยา ยิมเรวัต กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์วาทวิมล เศษเกตุและคุณดวงใจ กาญจธีรานนท์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำต่างๆ ในการเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น รุ่นพี่นิติตปริญญาโท ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และประสานงานเรื่องต่างๆ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

การนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งสำหรับคุณพ่อ คุณแม่ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆญาติๆ ที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำ กำลังใจ แง่คิดหลักธรรมจนกระทั่งผลักดันให้บรรลุถึงเป้าหมาย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาแล้ว และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบให้แก่ครู อาจารย์ บิดามารดา โรงเรียนมาแตร์เดอีวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ให้วิชาความรู้ซึ่งก่อให้เกิดวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	5
2 วรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพยนตร์ .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....	18
แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ .....	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว .....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและภาพยนตร์ .....	31
ความรู้เกี่ยวกับตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	50
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	51
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	54

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	56
เกณฑ์การเทียบระดับความคิดเห็น .....	57
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	59
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	59
ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว .....	63
องค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยว .....	68
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช.....	70
การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	70
5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ .....	87
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผลการวิจัย.....	91
ข้อเสนอแนะ .....	96
รายการอ้างอิง .....	98
ภาคผนวก .....	105
ภาคผนวก ก ราชนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย .....	106
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	112
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	113
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	121



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ .....	60
2	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ .....	60
3	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ .....	61
4	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	61
5	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด .....	62
6	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาคของภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่เคยมช .....	62
7	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกรับชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช .....	63
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	64
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	65
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	66
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	67
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	68
13	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างเพศ .....	71

ตารางที่	หน้า
14	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างเพศ ..... 72
15	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างเพศ ..... 73
16	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างเพศ ..... 74
17	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างอายุ ..... 75
18	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างอายุ ..... 76
19	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างอายุ ..... 77
20	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างอายุ ..... 78
21	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ..... 79
22	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ..... 80
23	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ..... 81
24	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับ องค์ประกอบอุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรม ในยุคนั้นเป็นรายชื่อ ..... 82
25	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบ การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุลเป็นรายชื่อ ..... 83
26	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้าน เสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ..... 84

ตารางที่		หน้า
27	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบเพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะเป็นรายคู่ .....	85
28	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดีเป็นรายคู่.....	86

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศไทยซึ่งสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับประเทศ เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เชื่อมโยงธุรกิจอื่นๆ หลายอย่างมีทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจของที่ระลึก ส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น หัตถกรรม พื้นบ้าน การผลิตสินค้าต่างๆ ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ต่างๆ เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้ ทำให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ลดปัญหาความแออัดในเมืองหลวง กระตุ้นให้นำทรัพยากรของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่า การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและสิ่งแวดล้อมของประเทศชาติ ทั้งยังเป็นสื่อกลางสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี เมื่อมนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกันโดยการเดินทางไปมาหาสู่ จะทำให้เกิดความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ (อดิศร สักดิ์สูง, 2554) จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก รัฐบาลถือว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักที่สำคัญประการหนึ่ง จึงได้พยายามจัดวางมาตรการที่ถูกต้องในการวางแผนดำเนินงานเพื่อขยายอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยการผ่านสื่อต่างๆ ทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร และทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (คลังปัญญาไทย, 2555: ออนไลน์) ซึ่งสื่อเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้รับสาร ในยุคปัจจุบันภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของบุคคลและสังคมมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างภาพลักษณ์ และการไปเยือนสถานที่ต่างๆ เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งข้อมูลมีความสะดวกกว่าและมีความน่าเชื่อถือสูง (ไศรยา หอมชื่น และ ณีจรีรา อำพลพรรณ, 2550) ในบรรดาสื่อต่างๆ นั้นภาพยนตร์เป็นสื่อที่ถ่ายทอด

ความรู้ ทักษะคิด ทักษะ แนวคิด และความบันเทิงแก่ผู้ชม (คณะกรรมการกลุ่มผลิต , 2532) ภาพยนตร์สามารถเข้าถึงผู้คนนับล้านได้ในเวลาอันสั้น และเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชาติทุกภาษา และทุกชนชั้นของสังคม แม้แต่กระทั่งคนที่อ่านหนังสือไม่ออก ก็สามารถเข้าใจเรื่องราว ความหมาย และซึมซับอารมณ์ความรู้สึกที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ โดยใช้ภาพและเสียงเป็น ภาษาศากลในการสื่อความหมาย (รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2546)

คนจำนวนมากที่ได้ชมภาพยนตร์ที่ใช้สถานที่ถ่ายทำที่มีทิวทัศน์สวยงามหรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มักจะเกิดความปรารถนาที่จะได้มีโอกาสไปเยือนสถานที่แห่ง นั้นสักครั้งหนึ่ง จึงเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ( Movie tourism หรือ Film tourism) ตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์ (ภาพยนตร์ The Lord of the Rings) ประเทศดูนิเซีย (ภาพยนตร์ Star Wars) สหราชอาณาจักร (ภาพยนตร์ Harry Potter) และสก็อตแลนด์ (ภาพยนตร์ Braveheart) หลังจากภาพยนตร์ได้ออกฉาย ผลก็คือการท่องเที่ยวของแต่ละ ประเทศในภาพรวมเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด การท่องเที่ยวของประเทศดูนิเซียจากที่เคยมี นักท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 ล้านคนในปี ค.ศ.1976 หลังจากภาพยนตร์เรื่องนี้เผยแพร่ไปทั่วโลก จำนวน นักท่องเที่ยวกลายเป็น 4.8 ล้านคนและส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 86 ล้านดอลลาร์ เป็น 1,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐและการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของดูนิเซีย รองจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ จากตัวอย่างเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของภาพยนตร์ที่ ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์แก่สถานที่ที่เป็นฉากของภาพยนตร์ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ทำให้รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่งเสริม สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของประเทศไทยเองเพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติและเป็นหนทาง สำคัญของการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2549)

ในปี พ.ศ. 2555 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดงานเทศกาลเที่ยว เมืองไทย ภายใต้คำขวัญ “ เที่ยวเทรนด์ใหม่ มหัศจรรย์เมืองไทย ” เที่ยวแบบบูรณาในภาคกลาง เที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละครดังภาคเหนือ ชมทุ่งดอกไม้งามภาคอีสาน ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตะวันออก และชิมอาหารพื้นเมืองขึ้นชื่อภาคใต้ เป็นการนำเสนอเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่

ภาคเหนือที่นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละครดัง ด้วยการจำลองฉากละคร และภาพยนตร์ที่ถ่ายทำในภาคเหนือ เช่น สวนสนบ่อแก้ว จ.เชียงใหม่ในภาพยนตร์ รักจัง สถานที่ท่องเที่ยวคอกแม่อุคค จ.แม่ฮ่องสอนในภาพยนตร์ The Melody สถานที่ท่องเที่ยวม่อนแจ่ม จ.เชียงใหม่ในภาพยนตร์ อุโมงค์ผาเมือง สถานที่ท่องเที่ยวภูทับเบิก จ.เพชรบูรณ์ในละคร ธรณีนี่นี้ ใครครอง เป็นต้น พร้อมตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์-ละคร (ฐานเศรษฐกิจ , 2555: ออนไลน์)

ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ไทยเรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงเป็นพระมหากษัตริย์พระองค์แรกที่กอบกู้เอกราชให้ชาติไทย ทรงเป็นวีรกษัตริย์นักรบที่มีพระปรีชาสามารถยิ่ง ทรงฉลาดในการวางแผนยุทธวิธี และอุบายกระบวนศึกที่ไม่เหมือนผู้ใดในสมัยเดียวกัน วีรกรรมที่ทรงกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชาแห่งพม่านั้นเป็นที่เลื่องลือและไม่มีข้าศึกใดกล้ายกทัพมารุกรานไทยนานถึง 150 ปี พระองค์ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่เสียสละและอุทิศพระองค์เพื่อแลกมาซึ่งเอกราชและความเป็นปึกแผ่นของผืนแผ่นดินไทยจนกระทั่งปัจจุบัน ในภาพยนตร์นั้นจะเชื่อมโยงกับหลายจังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก, อุตรดิตถ์, อ่างทอง, กาญจนบุรี, สุพรรณบุรี, และสุโขทัย โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรีซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำหลักของภาพยนตร์ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทั้ง 5 ภาค ภาพยนตร์ได้ดำเนินการถ่ายทำบนพื้นที่กว่า 1,500 ไร่ บริเวณกองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ ตำบลลาดหญ้า จังหวัดกาญจนบุรี ก่อสร้างด้วยงบประมาณกว่า 700 ล้านบาท ด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพร้อมงานออกแบบในด้านสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ปัจจุบันจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรี (หฤทัย บุญวงศ์โสภณ, 2550: ออนไลน์) อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชนจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ภาพยนตร์ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จะแบ่งเป็น 5 ภาค ได้แก่ ภาคที่ 1 : องค์ประกันหงสา ทำรายได้ 219.06 ล้านบาท ภาคที่ 2 : ประกาศอิสรภาพ ทำรายได้ 216.87 ล้านบาท ภาคที่ 3 : ยุทธนาวี ทำรายได้ 203.7 ล้านบาท ภาคที่ 4 : สึกนันทบุเรง ทำรายได้ 135 ล้านบาท (วิกิพีเดีย, 2556) และภาคที่ 5 : ยุทธหัตถี ขณะนี้ยังไม่ได้ออกฉาย จึงถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้เป็นจำนวนมาก รายได้รวมจนถึงภาค 4 เป็นจำนวนเกือบแปดร้อยล้านบาท หลังจากได้ชมภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์เรื่องนี้แล้วผู้ชมจะได้เข้าใจและจดจำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ได้ดี

ยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนการกอบกู้เอกราชของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินไทยมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจากความสำเร็จข้างต้น และเพื่อประโยชน์ต่อบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ โดยจะศึกษาจากภาพยนตร์เรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค1-4

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงผลของการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาเป็นประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรีและชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 1-4 ภาคใดภาคหนึ่ง

### คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย

ภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ หมายถึง ภาพยนตร์เรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 1-4

การตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ หมายถึง การใช้เหตุผลในการพิจารณาวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิดจากการได้ชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง ดำนันทสมเด็จพระนเรศวรมหาราช โดยใช้องค์ประกอบภาพยนตร์แล้วส่งผลให้ตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 1-4 ประกอบด้วย สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จ.กาญจนบุรี และ สถานที่จริงในประวัติศาสตร์ คือ พิษณุโลก , อุรุธยา, อ่างทอง, กาญจนบุรี, สุพรรณบุรีและสุโขทัย

### **ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย**

- 1.ได้ทราบถึงองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
- 2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลเพื่อที่จะนำไปส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์โดยผ่านสื่อภาพยนตร์ได้อย่างเหมาะสม



## บทที่ 2

### วรรณคดีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพยนตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพยนตร์
6. ความรู้เกี่ยวกับตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์

##### ความหมายและบทบาทของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ คือ สื่อมวลชนชนิดหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคล หรือองค์กรไปยังมวลชน หรือประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว (คลังปัญญาไทย, 2555: ออนไลน์)

กระทรวงวัฒนธรรม (2556) กล่าวว่า ในบรรดาสื่อทั้งหมดภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลทางความคิดและพฤติกรรมของผู้คนในสังคม เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อสากลประเภทบันเทิงที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้อย่างกว้างขวาง สะดวกและรวดเร็ว สามารถสร้างสรรค์กระแสสังคมให้เป็นไปทิศทางที่หลากหลาย รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงจนสามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้คนทั้งโลกได้

ปิยกุล เลาว์ฉัยศิริ กล่าวว่า ในบรรดาสื่อทั้งหมดภาพยนตร์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญและทรงพลังที่สุด สามารถให้ความรู้ รวมไปถึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ เช่น สหรัฐอเมริกาใช้สื่อภาพยนตร์ในการขายวัฒนธรรม รัสเซียเคยใช้เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น

การปกครอง เกาหลีใต้มีนโยบายสนับสนุนภาพยนตร์เนื่องจากเล็งเห็นคุณประโยชน์ที่หลากหลาย (ประชาติ, 2550: ออนไลน์)

ศุเนตร ชุตินทรานนท์ กล่าวว่า “ภาพยนตร์หาใช่สื่อบันเทิงที่เบาหวิวล่องลอย แต่มันเติมเต็มความรู้และเปิดมุมมองใหม่ให้แก่นักวิชาการเช่นเขาได้ดียิ่งขึ้น ” (อ้างถึงใน ม.จ.ชาติเรณิมยุค, 2550)

รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2547) กล่าวว่า ภาพยนตร์เป็นงานศิลปะที่เริ่มต้นจากจินตนาการของนักเขียนบท เล่าสิ่งที่เห็นสิ่งที่ฝันออกมาเป็นภาพ เป็นเรื่องราวต่างๆ อีกทั้งยังได้เรียนรู้ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความฝันในอนาคต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์

จอห์น โฮเวิร์ด ลอว์สัน (อ้างถึงใน รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม , 2547) กล่าวว่า ภาพยนตร์ก็คือ การเล่าเรื่องผ่านภาพและเสียงดำเนินไปสู่จุดวิกฤตสูงสุดในบทสรุปของเรื่อง

พรภัสสร ปริญญาญกุล (2555) อธิบายเกี่ยวกับ บทบาทและความสำคัญของสื่อภาพยนตร์ว่า สื่อภาพยนตร์ให้ความบันเทิงและทำให้ผ่อนคลาย ให้ข้อคิดแก่ผู้ชม ทำหน้าที่สะท้อนภาพของสังคม สามารถชักจูงและเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคม เป็นแหล่งรายได้และสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพยนตร์ หมายถึง การเล่าเรื่องราวด้วยภาพและเสียง ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางสำคัญที่จะนำสารส่งผ่านไปยังผู้ชม สร้างความเบิกบานใจ ร่าเริงใจ สนุกสนาน ให้ความรู้และเรียนรู้เรื่องราวสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะคิด การตัดสินใจ รวมถึงพฤติกรรมของผู้ชม อีกทั้งยังเปิดมุมมองใหม่ ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่เพียงผ่านหน้าจอภาพยนตร์

### บทบาทของภาพยนตร์

ภาพยนตร์มีบทบาทที่น่าสนใจโดยสอดคล้องกับข้อมูลที่ว่า ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือสำคัญสิ่งหนึ่งในฐานะสื่อที่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมในด้านต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544)

1. ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านศิลปวัฒนธรรม ภาพยนตร์สามารถนำภาพและเสียงของศิลปวัฒนธรรมจากแหล่งหนึ่งไปเผยแพร่สู่ประชาชนอีกแหล่งหนึ่งได้

2. มีความสำคัญด้านการศึกษา เนื่องจากภาพยนตร์สามารถอธิบายสิ่งที่อยู่ไกล หรือ สิ่งที่ไม่สามารถเห็นด้วยตาเปล่า ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ เช่น การศึกษาอวกาศ หรือ ย่นระยะเวลาถึงที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็วหรือช้า ให้ช้าหรือเร็วขึ้นพอที่จะศึกษาเข้าใจภาพรวม ทั้งหมด

3. มีความสำคัญต่อกิจการทหารและความมั่นคงของประเทศ โดยการบันทึกวิธีการรบ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของข้าศึก เมื่อสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการใช้ภาพยนตร์บันทึก เหตุการณ์เพื่อประเมินกำลังข้าศึกและผลการปฏิบัติการรบของฝ่ายตน

4. มีความสำคัญต่อกิจการแพทย์ โดยการเผยแพร่ความรู้ทางการแพทย์ ยังใช้ในการ บันทึกอาการเพื่อวินิจฉัยโรค และถ่ายทอดการปฏิบัติทางการแพทย์จากที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่ง

5. เพื่อกิจการสารสนเทศ เปลี่ยนแปลงสังคมในการค้นคว้าข้อมูลและการตัดสินใจ ของประชาชน

6. มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่เหตุการณ์ ประชาสัมพันธ์องค์กร ขนาดเล็กจนถึงระดับชาติ ซึ่งภาพยนตร์จะให้ความรู้ ทศนคติ ทักษะ ใกล้เคียงสถานการณ์จริง

7. มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสังคม ภาพยนตร์ที่มีผู้ชมมาก สามารถ เปลี่ยนแปลงกระแสนิยมของสังคมได้ เช่น การแต่งกาย บุคลิกการแสดงออก การใช้ภาษา เป็นต้น

### ประเภทของภาพยนตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2530) อธิบายว่า ภาพยนตร์บันเทิง หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างเพื่อความบันเทิง มุ่งให้ความเบิกบานใจ รื่นเริงใจ และให้ความรู้สึกสนุก ภาพยนตร์ชนิดนี้อาจสร้างขึ้นจากเรื่องจริง เช่น ประวัติศาสตร์สงคราม แต่ในการแสดงเพิ่มเติมเพื่อ มิให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นกลายเป็นภาพยนตร์สารคดีไป เช่น ภาพยนตร์เรื่อง สะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเน้นค่านิยมของทหารญี่ปุ่นและทหารฝ่ายพันธมิตร เป็นภาพยนตร์ที่ให้ทั้งความบันเทิงและ ความรู้ หรือบางครั้งภาพยนตร์บันเทิงอาจสร้างขึ้นมากจากสังขรณ์บางประการในสังคม โดยเพียง ใส่ตัวละครเข้าไปก็กลายเป็นเรื่องจริงจิ่งขึ้น

การจำแนกภาพยนตร์ประเภทบันเทิงนั้นมีการจัดแบ่งออกเป็นหลายลักษณะ ตามความคิดเห็นของวิลเลียม ไบเออร์ ได้แยกประเภทของภาพยนตร์บันเทิงไว้ 12 ประเภท ดังต่อไปนี้ (Bayer, 1973)

1. ภาพยนตร์ควาบอย (Westerns) จะนำเสนอรูปแบบชีวิตของชาวตะวันตกเกี่ยวกับการต่อสู้ทั้งด้านเล่ห์เหลี่ยมและความรุนแรงในการอยู่ในสังคมหรือชุมชนในช่วงบุกเบิกตะวันตก

2. ภาพยนตร์ลึกลับตื่นเต้น (Intrigue & suspense) เนื้อหาของภาพยนตร์ประเภทนี้จะเกี่ยวกับอาชญากรรม แก๊งสเตอร์ การสืบสวน สายลับ มีการดำเนินเรื่องอย่างมีเงื่อนงำ ตื่นเต้น ลึกลับน่าค้นหา ทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุกสนานและติดตามอย่างต่อเนื่อง

3. ภาพยนตร์ตลก (Comedies) จะให้ความขบขันทั้งแบบเสียดสีสังคม ความขบขันแบบไม่มีเนื้อหาสาระหรือแบบฟันเฟือง เพื่อให้ผู้ชมเกิดความครื้นเครง

4. ภาพยนตร์เพลง (Musicals) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นโดยมีลักษณะของศิลปะการละครผสมอยู่เพื่อแสดงความรู้สึกรออกมาเป็นเพลงเพื่อให้เกิดความยิ่งใหญ่ตระการตา ด้วยการจัดฉากระบำอันวิจิตร ส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องที่ไม่เกิดขึ้นในชีวิตจริง แต่เป็นเรื่องที่ให้ความบันเทิงใจกับคนดู

5. ภาพยนตร์สงคราม (War) จะมีลักษณะเชิดชูวีรกรรมในสงคราม ต่อต้านสงคราม หรือเรื่องราวของผู้คนที่ได้รับผลกระทบจากสงคราม ซึ่งมีเนื้อหาแสดงถึงความเจ็บปวด ความเสียหายและสูญเสียอันเกิดจากความบ้าคลั่ง หลงอำนาจของคนบางกลุ่มบางพวก ดังนั้นภาพยนตร์สงครามส่วนใหญ่สร้างเพื่อมุ่งเน้นที่จะนำสันติสุขมาสู่ชาวโลก

6. ภาพยนตร์ผจญภัย (Adventure) เป็นภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นด้านความบันเทิงมากกว่า การสะท้อนภาพชีวิตของมนุษย์ แสดงถึงความมองอาจ หัวหาญ โลดโผน ความเป็นลูกผู้ชายที่ต้องมูมานะให้ประสบความสำเร็จอย่างสมศักดิ์ศรีหรือการอยู่รอดปลอดภัย โดยการพิชิตอุปสรรคนานับประการ

7. ภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับศีลธรรมและสังคม (Manner, morals & society) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นโดยถือเอาพลังทางอารมณ์ที่มีต่อสังคมแสดงออกผ่านทางภาพยนตร์ เป็นการแสดงภาพของสังคมในความคิดของผู้สร้างผสมผสานกับความงามทางศิลปะ ซึ่งแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน

8. ภาพยนตร์เกี่ยวกับวงการบันเทิง (Film about films) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นโดยต้องการเปิดเผยเบื้องหลังภาพยนตร์ หรือบางเรื่องอาจเป็นการฉีกหน้ากาบการมายาเพื่อสนองความต้องการของผู้สร้างที่อยากจะอธิบายถึงโลกส่วนตัวที่ตนเองรู้จัก

9. ภาพยนตร์ส่วนตัว (Cinema of personal expression) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นเพื่อแสดงความคิดเห็นของคนที่มีความรู้สึกที่ติดลบไปตามความรู้สึกนึกคิดในฐานะของผู้สร้างสรรค์ทางศิลปะ

10. ภาพยนตร์จินตนาการและเขย่าขวัญ (Fantasy & horror) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นในรูปแบบเพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ สนุกสนาน หรือความรู้สึกสยดสยอง

11. ภาพยนตร์สะท้อนภาพสังคม (The concerned cinema) เป็นการนำเอาปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมที่คนส่วนใหญ่ในขณะนั้นกำลังเผชิญอยู่มานำเสนออย่างมีความงดงามทางศิลปะ จึงทำหน้าที่เสมือนเป็นปากเสียงแทนคนในสังคม ด้วยการไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง และอยู่ภายใต้อาณัติของอิทธิพลการเมือง โดยการสร้างอารมณ์ร่วมที่มีพื้นฐานมาจากมนุษยธรรมและให้ผู้ชมเป็นผู้ตัดสินเองว่าใครถูกใครผิด

12. ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ (Period films) เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นโดยอิงความสมจริงในทางประวัติศาสตร์ทั้งในด้านการใช้ภาษา เครื่องแต่งกาย การจัดฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก เนื้อหาต้องเป็นจริงตามประวัติศาสตร์โดยมีความสมเหตุสมผลสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายในการนำเสนอ

### ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์

ทอปลิน (Toplin, 1996) กล่าวว่า ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์มีส่วนช่วยในทางความคิดให้เป็นรูปเป็นร่างขึ้นอย่างมาก บ่อยครั้งที่การพรรณนาภาพของสถานที่ที่ปรากฏบนจอภาพยนตร์นั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของผู้ชมมากกว่าหนังสืออิงประวัติศาสตร์จะสามารถทำได้

เบอร์กอยน์ (Burgoyne, 2008) กล่าวว่า ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์มีบทบาทที่ทรงพลังอย่างมากในการกล่อมเกลาคความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมในอดีต อิทธิพลที่มีต่อผู้ชมนั้น ไม่ได้เกิดจากแค่เพียงศักยภาพที่ไม่มีอะไรเทียบได้ของภาพยนตร์ที่สามารถสร้างรูปแบบของอดีตในโลกทางอารมณ์ความรู้สึกหรือในทางลือเลียนรูปแบบใหม่เท่านั้น แต่ยังเกิดจากการที่ภาพยนตร์นั้นมีเป้าประสงค์ที่จะกระตุ้นถึงประเด็นต่างๆที่มีความสำคัญหรือประเด็นที่มีความเห็นแตกต่างกันแล้วสะท้อนออกมาสู่สาธารณะชนอีกด้วย

เฮร์ลิไฮ (Herlihy, 1988) กล่าวว่า ภาพยนตร์มีศักยภาพในการนำเสนอแง่มุมทางประวัติศาสตร์ออกมาเป็นภาพที่เราเห็นได้ แต่ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ทั้งหมดหรือแสดงให้เห็นถึงวิธีการทางประวัติศาสตร์

โรเจอร์ (Rogers, 2008) กล่าวว่า คำรทางประวัติศาสตร์จะอธิบายยุคสมัยผ่านความเป็นจริง ในขณะที่ภาพยนตร์ใช้ประสาทสัมผัสของผู้ชมเชื่อมกับเรื่องราวในอดีตผ่านการมองเห็นและการได้ยิน ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ไม่ได้ให้ความถูกต้องทางด้านเนื้อหาไปกว่านวนิยายอิงประวัติศาสตร์ แต่สิ่งที่ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ให้ นั่นคือ การพรรณนาภาพ การให้ความรู้สึกของยุคสมัยนั้นที่สามารถนำข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์บรรยายออกมาเป็นภาพผู้สายตาผู้ชม ด้วยข้อจำกัดต่างๆ ของภาพยนตร์ทำให้ข้อเท็จจริงอาจถูกตัดหรือถูกสรุปรวมเพื่อความสมบูรณ์ของภาพยนตร์

ดังนั้นสรุปได้ว่า ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ หมายถึง สื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ผ่านทางภาพและเสียง โดยการรวบรวมข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์ต่างๆ เข้ามาผนวกกันแล้วสร้างขึ้น และแต่งเติมหรือตัดแปลงเพื่อเพิ่มสีสัน ความน่าสนใจ ความบันเทิงให้กับเรื่องราวผ่านจินตนาการของผู้กำกับเพื่อให้เกิดความสมจริงและมีชีวิตขึ้นมา การพรรณนาออกมาเป็นภาพทำให้เข้าใจถึงสิ่งต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ช่วยกล่อมเกลางานความคิด ทักษะคิด อารมณ์ความรู้สึกในเรื่องราวทางวัฒนธรรมประเพณีและประวัติศาสตร์ในอดีต ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเรื่องต่างๆ อีกด้วย

### ประเภทภาพยนตร์ประวัติศาสตร์

ภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์นั้น แบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ และภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ เช่นเดียวกันกับนิยายที่มีทั้งนิยายประวัติศาสตร์และนิยายอิงประวัติศาสตร์ (โรจน์ จินตมาศ, 2552: ออนไลน์)

1. ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ คือ การดำเนินเรื่องตามเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ เรื่องราว บุคคล และเหตุการณ์ ทุกอย่างจะเป็นไปตามประวัติศาสตร์ อาจไม่ถึงขั้นร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ก็แทบจะไม่มีสิ่งใดผิดแผกหรือแต่งเติมไปจากประวัติศาสตร์เลยแม้แต่น้อย โดยทั่วไป ภาพยนตร์ประเภทนี้มักจะถูกสร้างขึ้นด้วยโครงเรื่องที่ไม่ซับซ้อนมากนัก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง สุริโยทัยที่กว่าเก้าสิบเปอร์เซ็นต์เป็นไปตามประวัติศาสตร์ผู้กำกับจะแต่งเติมสิ่งต่างๆ ลงไปเล็กน้อยเพื่อที่จะคงเรื่องจริงให้มากที่สุด

2. ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ คือ การนำเอาเหตุการณ์หลักๆ ที่ปรากฏในประวัติศาสตร์มาสร้างเป็นเรื่องราวเพิ่มเติมให้เกิดสีสัน ความบันเทิงสนุกสนาน และอาจแทรกความคิดหรือจินตนาการลงไป ภาพยนตร์ จนบางครั้งเรื่องราว เหตุการณ์และบุคคลนั้นเกินเลยความเป็นจริงไปมาก ภาพยนตร์ประเภทนี้จะถูกสร้างออกมาค่อนข้างเยอะ เพราะสามารถดำเนินเรื่องได้อย่างสนุกสนานกว่าและถูกตีกรอบน้อยกว่า เช่น ภาพยนตร์เรื่องบางระจันก็เป็นภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ที่เอาเฉพาะ โครงเรื่องหลักๆ ของเหตุการณ์ในค่ายบางระจันมาเป็นหลักและสร้างเรื่องราวให้เป็นไปอย่างมีสีสันตามจินตนาการของผู้กำกับและคนเขียนบท

### ลักษณะของภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์

โรเซนสโตน (Rosenstone, n.d.) กล่าวถึง แนวความคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับโลกแห่งความเป็นจริง มี 6 ลักษณะคือ

1. การเล่าเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์จะมีจุดเริ่มต้น การดำเนินระหว่างเรื่อง และมีจุดจบของเรื่องที่ยุติกันให้แน่ชัด หรือยกระดับจิตใจผู้ชม ไม่ว่าจะเรื่องเล่านั้นจะเกี่ยวกับสิ่งที่สวยงามหรือโหดร้าย บ่อยครั้งที่ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์จะไม่ได้บอกเล่าถึงแง่มุมดีๆ ของประวัติศาสตร์โดยตรง แต่ก็มักจะแฝงกลวิธีการบอกเล่าเพื่อให้เห็นถึงแง่ดีของเรื่องนั้น โดยอ้อม
2. บอกเล่าเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียง เลื่องลือ หรือเคยทำวีรกรรมที่น่าชมเชย ในบางครั้งภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ก็อาจกล่าวถึงเรื่องราวของบุคคลผู้ซึ่งได้รับความทุกข์ทรมานจากเหตุการณ์ที่เลวร้ายหรือการกดขี่ข่มเหง โดยผู้สร้างภาพยนตร์จะกำหนดให้บุคคลนั้นได้เผชิญหน้ากับปัญหาและแก้ไขได้เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ในช่วงเวลานั้น
3. ภาพยนตร์นำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ผู้ชมได้อย่างใกล้ชิด สมบูรณ์ และเรียบง่ายมากกว่าวิธีการอื่นๆ ซึ่งผู้ชมจะยอมรับเรื่องราวที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์อย่างไม่มีข้อสงสัย อย่างไรก็ตามการสร้างภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ผู้กำกับจะใส่ความคิดส่วนตัวเพิ่มเข้าไปในภาพยนตร์มักก่อให้เกิดปัญหากับนักประวัติศาสตร์อยู่เสมอ
4. ภาพยนตร์ถ่ายทอดประวัติศาสตร์โดยการสร้างอารมณ์ร่วม สร้างเรื่องเฉพาะบุคคล และสร้างความบันเทิงผ่านทางตัวละครและผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความสุข ความเศร้า ความสนุกสนาน ความสิ้นหวัง ความกล้าหาญ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันสิ่ง

ดังกล่าวก็ได้เกิดคำถามตามมาว่า ผู้สร้างภาพยนตร์ควรจะเสริมเติมแต่งอารมณ์ร่วมลงไปมากน้อยเพียงใด

5. ภาพยนตร์จะนำเสนอประวัติศาสตร์ออกมาให้ผู้ชมเห็นเป็นภาพของอดีตได้อย่างไร เป็นขั้นเป็นตอนชัดเจน ภาพยนตร์จะนำเสนอข้อมูลต่างๆแก่ผู้ชมในลักษณะที่เป็นภาพรวม แต่ในทางหนังสือหรือตำราประวัติศาสตร์นั้นจะแยกแต่ละหัวข้อเป็นส่วนๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง การเหยียดสีผิว การแบ่งชนชั้น เป็นต้น ทำให้ผู้อ่านไม่อาจเห็นการเชื่อมโยงของเรื่องราวหลายแง่มุมในเวลาเดียวกันได้ แต่การชมภาพยนตร์จะให้เห็นเรื่องราวด้านต่างๆได้ในเวลาเดียวกันซึ่งทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เข้าใจได้ชัดเจนกว่าทั้งทางด้านเหตุผลและอารมณ์

6. ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ทำให้เราเห็นภาพหรือลักษณะในอดีตได้อย่างชัดเจน เช่น สิ่งก่อสร้าง ภูมิทัศน์ สิ่งต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้น ภาพยนตร์ให้ความสำคัญกับภาพที่ปรากฏบนจอ จะแสดงให้เห็นถึงอุปกรณ์ต่างๆมีวิธีการใช้อย่างไรในอดีต เช่น เสื้อผ้าใส่อย่างไร ไม่ได้ถูกแขวนไว้ในพิพิธภัณฑ์ แต่มันถูกใส่อย่างประณีตและแสดงให้เห็นอยู่บนร่างกายที่เคลื่อนไหว เครื่องมือเครื่องใช้ อาวุธ เฟอร์นิเจอร์ไม่ใช่สิ่งที่วางโชว์หรือเป็นรูปที่ถูกตีพิมพ์ครั้งแล้วครั้งเล่า แต่เป็นสิ่งทีคนในอดีตใช้ในชีวิตประจำวัน แสดงถึงอัตลักษณ์ของสมัยนั้น

### แรงจูงใจของการชมภาพยนตร์

บรูซ (Bruce, 1989) กล่าวว่า การชมภาพยนตร์ถือเป็นการใช้เวลาว่างอย่างหนึ่ง และแบ่งแรงจูงใจที่ทำให้คนชมภาพยนตร์เป็น 3 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจทางสังคม ( Social motivation) การชมภาพยนตร์ทำให้เรามีกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ช่วยเอื้อประโยชน์ในการติดต่อกับผู้อื่น ช่วยในด้านการเข้าสังคมทำให้มีหัวข้อสนทนากับผู้อื่น เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
2. แรงจูงใจทางจิตวิทยา ( Psychological motivation) ภาพยนตร์มีส่วนช่วยทำให้เราหนีจากความตึงเครียด ความวิตกกังวล ปัญหาต่างๆ ได้ชั่วขณะหนึ่ง หรืออาจกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์ช่วยรักษาความสมดุลของสภาพจิตใจเราได้
3. แรงจูงใจทางสติปัญญา ( Intellectual motivation) ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และมุมมอง ทำให้เราเข้าใจสิ่งต่างๆ ได้ดีขึ้น อีกทั้งยังได้ความเพลิดเพลินทางด้านสุนทรียศาสตร์ด้วย



## องค์ประกอบของภาพยนตร์

นิพนธ์ คุณารักษ์ (2552) กล่าวว่า ภาพยนตร์ประกอบด้วยหน่วยของการเล่าเรื่อง หลายหน่วยมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน หน่วยของการเล่าเรื่องหน่วยหนึ่งอาจแทนด้วย หนึ่งกรอบภาพ (Frame) กรอบภาพหลายกรอบภาพมาเรียงต่อกันกลายเป็นหนึ่งช็อต (Shot) เมื่อหลายช็อตมาเรียงร้อยต่อเนื่องกันจะเรียกว่า หนึ่งฉากหรือหนึ่งซีน (Scene) เมื่อนำหลายซีนมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน เรียกว่า หนึ่งองค์หรือหนึ่งซีควีนซ์ (Sequence) และภาพยนตร์ก็คือการนำเอาซีควีนซ์หลายซีควีนซ์มาเรียงต่อกัน เพื่อเล่าเรื่องหรือสื่อความหมายได้ครบถ้วนตามที่ผู้กำกับภาพยนตร์ต้องการ จะสื่อออกมา และได้แบ่งประเภทขององค์ประกอบภาพยนตร์ ดังนี้

1. ฉาก (Set dressing) มีลี ซอง เซน mise-en-scene เป็นคำศัพท์ภาษาฝรั่งเศสมีความหมายตามตัวว่า ใส่เข้ามาในฉาก หรือหมายถึง การจัดฉากหรือจัดเวที เป็นการจัดองค์ประกอบภาพในหนึ่งช็อตซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ประกอบฉากกับตัวละคร รวมถึงแสงเงา แสงสี และมุมกล้อง ต่อมาในกลุ่มประเทศทางด้านยุโรปอื่น ๆ และประเทศสหรัฐอเมริกา มีความเข้มแข็งขึ้นทางด้านภาพยนตร์มากขึ้น มักจะนิยมเรียกการจัดฉากในภาพยนตร์ว่า Setting หรือ Sets

- 1.1 ฉาก (Sets) เช่น ฉากพระราชวัง เมืองที่ถูกสงครามทำลาย
- 1.2 สถานที่ (Location) เช่น กรุงโคเปนเฮเก้น ทุ่งดอกทานตะวัน
- 1.3 เวลา (Time) เช่น เวลาพระอาทิตย์อัสดง เช้าตรู่ เวลาเที่ยงวัน
- 1.4 อุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) เช่น อาวุธสมัยโบราณ โต๊ะเก้าอี้ ผลไม้
- 1.5 บรรยากาศของฉาก (Atmospheres) เช่น ฝนตกฟ้าร้อง พายุ หมอก ควีน หิมะ ฯลฯ โดยใช้อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เช่น เครื่องฉีดน้ำทำฝนเทียม พัดลมเครื่องใหญ่เพื่อสร้างลมพายุ หรือแม้กระทั่งการเผาวัสดุเพื่อให้สร้างควัน และหมอก เป็นต้น

2. แสงและเงา (Lights and shadows) การจัดแสงและเงาสามารถใช้แสงได้ 2 ลักษณะ คือ แหล่งกำเนิดแสงจากธรรมชาติและแสงที่เกิดจากแสงประดิษฐ์ การจัดแสงในภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับการจัดฉาก การแสดงของตัวละคร การกำกับภาพ และการถ่ายทำภาพยนตร์อย่างยิ่ง การจัดแสงและเงาที่ดีจะช่วยให้ฉากสวยงาม สร้างบรรยากาศอารมณ์ความรู้สึก สร้างมิติ และยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการแสดงอารมณ์ต่าง ๆ ของตัวละคร รวมทั้งการสื่อสารเรื่องราวหรือความหมายของภาพยนตร์ได้อย่างดียิ่ง การจัดแสงที่แตกต่างกันจะสื่อความหมายหรือนัยยะที่แตกต่างกันด้วย

3. สี (Color) สีมีความสัมพันธ์กับฉากและแสงอย่างยิ่ง สีเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่สามารถสื่อสารความหมาย อารมณ์ความรู้สึกหรือนัยยะต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี มีหลายประเภท ได้แก่ สีที่เกิดจากฉาก คือ สีที่เกิดจากการสร้างขึ้นในฉากนั้นๆ เช่น สีของอุปกรณ์ประกอบฉากต่างๆ สีเครื่องแต่งกายของนักแสดง เป็นต้น สีที่เกิดจากการจัดแสง คือ สีที่ได้จากแหล่งกำเนิดแสง เช่น สีของแสงอาทิตย์ที่ส่องผ่านวัสดุสีต่างๆ และสีที่เกิดจากการใช้เทคนิคพิเศษทางภาพ คือ สีที่ได้จากการสร้างสรรค์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น สีที่เกิดจากการสร้างหรือการปรับแก้สี โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในขั้นตอนหลังการผลิต การสร้างสีแบบนี้จะช่วยสร้างลักษณะภาพและสีสรรที่แปลกใหม่ เพื่อช่วยในการสื่อความหมายหรือนัยยะได้ตามที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการ

4. การแสดง (Acting) การแสดง เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้าและทรงผม การแสดงบทบาทของตัวแสดงที่สวมบทบาทต่าง ๆ นั้น เป็นหัวใจหลักในการสื่อสารของภาพยนตร์ การแสดงที่สมบทบาทของผู้แสดงด้วยท่าทาง หน้าตา คำพูดและอารมณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ลักษณะและสีสรรของเครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า และทรงผมหรือบางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้การแต่งหน้าพิเศษ เช่น การสร้างริ้วรอยของวัย สิว รอยบาดแผล ฯลฯ เพื่อจะสื่อสารเป็นภาษาภาพยนตร์ให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวและอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. การถ่ายภาพยนตร์ (Cinema photography) ภาพยนตร์เป็นชุดภาพนิ่งที่เรียงร้อยต่อเนื่องกันที่เกิดจากกระบวนการการถ่ายทำด้วยกล้องและฟิล์มภาพยนตร์ที่สามารถบันทึกได้ทั้งสิ่งที่เคลื่อนไหวและสิ่งที่หยุดนิ่ง ผู้ชมสามารถมองเห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ด้วยหลักการภาพติดตา ภาพยนตร์ที่ฉายปรากฏบนจอ ผู้กำกับภาพมีบทบาทในการจัดองค์ประกอบของภาพอย่างมีศิลปะสวยงามเพื่อให้การถ่ายทำภาพยนตร์สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์

6. เสียง (Sound) นอกจากภาพยนตร์จะมีภาพเป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อความหมายแล้ว ยังมีเสียงซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่ง เสียงจะช่วยเสริมสร้างอารมณ์ให้ข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ และแก้ไขปัญหาในกรณีที่ภาพไม่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนเต็มที่

เสียงที่ใช้ในการสื่อความหมายในภาพยนตร์สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

6.1 เสียงในบทสนทนา (Dialogue) คือ เสียงที่เกิดจากถ้อยคำที่เปล่งออกมา เช่น เสียงสนทนา เสียงแสดงอารมณ์ของตัวแสดง รวมทั้งเสียงบรรยายต่างๆ

6.2 เสียงประกอบ (Sound effects) คือ เสียงที่ไม่ใช่เสียงพูด เป็นเสียงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละฉากของภาพยนตร์ ได้แก่ เสียงจริงที่มาจากแหล่งกำเนิดเสียงในฉาก เช่น เสียงฝีเท้าม้าวิ่ง เสียงรถยนต์วิ่ง เป็นต้น เสียงบรรยากาศ (Ambient sound) เช่น เสียงลมพัด และเสียง

ประกอบที่สร้างขึ้นเพื่อความสมบูรณ์ของภาพยนตร์ เช่น เสียงชกต่อย เสียงหักกระดูก เสียงระเบิด เป็นต้น

6.3 เสียงดนตรี ( Music) เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่มีบทบาทมาก สามารถใช้เล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ บ่งบอกบุคลิกภาพหรือรสนิยมของตัวละคร อีกทั้งยังสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ หรือสร้างความขัดแย้งทางอารมณ์ให้เกิดขึ้นกับผู้ชมได้

7. การตัดต่อและลำดับภาพ (Editing) คือ การนำเอาภาพและเสียงต่าง ๆ ในแต่ละช็อตมาร้อยเรียงเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดลำดับของการเล่าเรื่องราวที่สมบูรณ์ตามความต้องการของผู้ผลิตภาพยนตร์ โดยปกติแล้ว มักจะตัดต่อและลำดับภาพตามบทภาพยนตร์ เสมือนเป็นการเขียนเรียบเรียงจัดโครงสร้างการเล่าเรื่องให้เป็นรูปประโยค โดยคำนึงถึงโครงสร้างเรื่อง ลำดับเรื่อง จังหวะ และอารมณ์ของภาพยนตร์ โดยใช้เทคนิคการตัดต่อเชื่อมโยงภาพในลักษณะต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนช็อตทันทีในลักษณะการตัดชน และการเปลี่ยนช็อตอย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่น การจางภาพ การจางซ้อนภาพ และการกวาดภาพซึ่งเป็นการเชื่อมโยงเรื่องราวและอารมณ์ของภาพยนตร์ อันมีผลต่อความรู้สึกของผู้ชมที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้กอลลิน (Gollin, 1992) ยังกล่าวว่างค์ประกอบในภาพยนตร์ที่ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความบันเทิง คือ มีโครงเรื่องและเนื้อเรื่องที่ดี โครงเรื่องและเนื้อเรื่องควรเป็นเรื่องที่เป็นไปได้และสมเหตุสมผล เนื้อเรื่องมีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกันอย่างเหมาะสม ควรจะมีไคลแมกซ์หรือจุดสุดยอดของเรื่องที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุกตื่นเต้นจนลืมเรื่องความเป็นไปได้และเหตุผลของเรื่อง หากเป็นเรื่องสมมติ ก็ควรเป็นเรื่องที่มีเหตุผลพอเชื่อถือได้ในตัวของมันเอง แต่ถ้าเป็นเรื่องสมมติโดยไม่หวังว่าจะมีทางเป็นจริงไปได้ เช่น ภาพยนตร์ตลกก็ไม่จำเป็นต้องคิดถึงความเป็นไปได้และการดำเนินเรื่อง จะแสดงเรื่องเฉพาะที่สำคัญซึ่งจะทำให้เดินเรื่องเดินไปตามลำดับ ต่อเนื่องเกี่ยวข้องกันไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่กววนไปวนมา เรื่องจะต้องดำเนินไปโดยไม่เยิ่นเย้อ ปรากฏต่อเนื่องไปตามลำดับ ทั้งภาพเสียงพูดและเสียงประกอบ ฉากที่ไม่จำเป็นแก่การดำเนินเรื่องบางฉากไม่ควรจะมีเพราะจะทำให้เสียคุณค่าของภาพยนตร์เรื่องนั้นไป

ทั้งนี้ องค์ประกอบภาพยนตร์ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นเพียงองค์ประกอบของภาพยนตร์โดยทั่วไป ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า องค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช มี 4 องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คือ

1. เนื้อเรื่อง เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทำให้ผู้ชมได้ทราบถึงวีรกรรมของท่านในสมัยนั้นว่ามีความเป็นมาอย่างไร เรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์ชาติบ้านเมือง สาเหตุของการเสียกรุงเพื่อนำมาเป็นบทเรียนในอนาคต ฯลฯ การรับรู้เรียนรู้เรื่องราว

จากทางภาพยนตร์นั้นทำให้ผู้ชมได้จดจำและเข้าใจประวัติศาสตร์มากยิ่งขึ้น เพราะได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมกันเกิดการเชื่อมโยงของข้อมูลเกิดภาพทางความคิดและจินตนาการต่างๆ ที่บางครั้งหนังสืออาจทำไม่ได้ เนื้อเรื่องเป็นปัจจัยหนึ่งในการชักจูงผู้ชมให้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ เพราะเนื้อเรื่องมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก รวมไปถึงทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว การชมภาพยนตร์นั้นทำให้ผู้ชมได้มีความทรงจำโดยการเชื่อมโยงตนเองเข้ากับเรื่องราวในภาพยนตร์ ซึ่งความรู้สึกนี้ทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกเคลิบเคลิ้มและมีความผูกพันต่อสถานที่นั้นๆ

## 2. นักแสดง มีการคัดเลือกนักแสดงนำและนักแสดงสมทบให้เหมาะสมกับ

บุคลิกลักษณะของตัวละครที่ผู้กำกับภาพยนตร์กำหนดไว้ในบทภาพยนตร์ นักแสดงนำอาทิเช่น พ.ท. วันชนะ สวัสดี รับบทเป็น สมเด็จพระนเรศวรมหาราช, ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ รับบทเป็น มณีจันทร์, นพชัย ชัยนาม รับบทเป็น ออกพระราชนุ, อินทิรา เจริญปุระ รับบทเป็น เลอจิ้น และพ.อ. วินรัช สุวาริ รับบทเป็น สมเด็จพระเอกาทศรถ เป็นต้น จะเห็นได้ว่า นักแสดงบางคนเป็นนักแสดงใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกจากภาพยนตร์เรื่องนี้ เนื่องจากผู้กำกับต้องการให้ภาพยนตร์ออกมาดูสมจริงมากที่สุด จึงเลือกคนที่มีบุคลิกลักษณะที่เหมาะสมแต่ละบทบาทมาแสดงในเรื่องนี้ เช่น บทของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่จะต้องมีความแข็งแกร่งน่าเกรงขาม สามารถทรงม้าและทรงใช้ศาสตราวุธได้อย่างคล่องแคล่ว เป็นต้น เรื่องราวการก่อกำเนิดของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปเกือบทุกคนเลยก็ว่าได้ เพราะถ้าหากใครได้เรียนวิชาประวัติศาสตร์นั้นจะต้องได้เรียนเกี่ยวกับวีรกรรมสมเด็จพระนเรศวรอย่างแน่นอน ดังนั้นผู้ชมจะมีข้อมูลพื้นฐานในความนึกอยู่บางส่วนแล้ว ถ้าหากนักแสดงแสดงได้สมจริงสมบทบาทที่ได้รับก็จะทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจในภาพยนตร์และตัวนักแสดง หลังจากที่เกิดความรู้สึกชื่นชอบแล้วจะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อภาพยนตร์ส่งผลให้มีแรงจูงใจอยากไปท่องเที่ยวตามรอยบุคคลที่ตนชื่นชอบ อาจกล่าวได้ว่า คารานักแสดงนั้นเป็นส่วนประกอบที่ทรงอิทธิพลมาก พวกเขาสามารถสร้างกระแสต่างๆ จากบทบาทที่ได้รับในภาพยนตร์ แท้จริงแล้วดารานักแสดงเป็นเครื่องมือสำคัญในด้านการประชาสัมพันธ์ การศึกษาพบว่า ความรู้สึกของเราที่มีต่อดารานั้นจะถูกคาดหวังให้รู้สึกอย่างเดียวกันกับสินค้านั้นด้วย จากความสัมพันธ์นี้แสดงให้เห็นว่า ทำไมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ถึงพยายามใช้ดารานักแสดงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

## 3. ฉาก

นอกจากเนื้อเรื่องและนักแสดงแล้ว ฉากหรือสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการดึงดูดผู้ชมให้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มีวิวทิวทัศน์สวยงามหรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้มีการปรับปรุงพื้นที่ค่ายสุรสีห์ จ.กาญจนบุรีใช้เวลาประมาณ 4 ปี เพื่อเนรมิตให้พื้นที่โดยรอบ สร้างเป็นฉากภายในภายนอกให้ดูเป็นสมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นฉากแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยนั้น อุปกรณ์ประกอบฉาก เครื่องมือเครื่องใช้ การหุงหา

อาหาร รวมไปถึงเครื่องแต่งกาย ทรงผม ทุกอย่างถูกปรับให้เป็นแบบสมัยไทยดั้งเดิม เพื่อช่วยสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามว่า ภาพยนตร์ที่กำลังชมเป็นยุคสมัยนั้นจริง โดยหม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล ได้มีการค้นคว้าหาข้อมูลถึง 6 ปี เพื่อต้องการให้รายละเอียดในภาพยนตร์มีความสมบูรณ์และสมจริงตามข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์มากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของประเทศหรือสถานที่นั้นๆ ว่ามีสภาพธรรมชาติ วัฒนธรรม ผู้คนเป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวสร้างทัศนคติต่อสถานที่แห่งนั้น ดังนั้นหากผู้ชมเกิดความรู้สึกสนใจสถานที่จากการที่เห็นผ่านทางภาพยนตร์ ท้ายที่สุดสิ่งนี้จะเป็นตัวชักจูงให้ผู้ชมไปเยี่ยมชมสถานที่แห่งนั้นจริงๆ จะเห็นได้จากสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลายแห่งทั่วโลกกลายเป็นปัจจัยดึงดูดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชม สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง ดำน่านสมเด็จพระนเรศวรมหาราชก็เช่นกัน โรงถ่ายภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวที่ค่ายสุรสีห์ จ.กาญจนบุรี ก็กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรี หากภาพยนตร์ประสบความสำเร็จมากเท่าไร อาจคาดการณ์ได้ว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ก็จะประสบความสำเร็จตามไปด้วย ทำให้ส่งผลถึงสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยนั่นเอง

#### 4. เสียง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เสียงพูด เสียงประกอบ และเสียงดนตรี

เสียงพูดรวมไปถึงคำพูด ลักษณะการใช้เสียงพูด ลีลาท่วงทำนองการพูดซึ่งทั้งหมดล้วนมีผลต่อการสื่อความหมายและสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้ชม เสียงพูดประกอบไปด้วย เสียงสนทนาที่ถูกปรับให้เหมาะสมกับบุคลิกและเนื้อเรื่องของตัวละครในภาพยนตร์ และเสียงบรรยายมีการใช้คำพูดปรับเป็นการพูดแบบยุคสมัยเก่า เสียงประกอบมีความสมจริง เช่นเสียงฝีเท้าม้า เสียงการต่อสู้ เป็นต้น และเสียงดนตรีสามารถบ่งบอกถึงบุคลิกหรือรสนิยมของตัวละคร เสียงทั้งหมดจะช่วยสร้างให้เกิดความหมายที่ชัดเจนขึ้น สร้างความสมจริงและทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับภาพยนตร์ชีวิตคงหมดสีสันหากขาดเสียงดนตรี ดังนั้นเสียงต่างๆรอบกายเราเป็นเสมือนเครื่องชูรสให้ชีวิตของเราสดใสมิชีวิตชีวามากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่า เสียงก็เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ที่จะทำให้นักชมภาพยนตร์นั้นเกิดความรู้สึกว่าภาพยนตร์ที่ผู้ชมกำลังชมอยู่เป็นเรื่องจริง หรือสร้างบรรยากาศให้คล้อยตามไปกับเนื้อเรื่องในแต่ละตอนอย่างลงตัวและสมบูรณ์มากที่สุด

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### ความหมายการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1.เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2.เดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3.เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะเข้ามาาร่วมด้วย

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ หรือการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลิน

มิล ( Mill, 1990) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

ม.ล. ดุษฎี ชุมสาย (2527) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ แต่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานเป็นการชั่วคราว

ดังนั้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่มีใช้การประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีแรงกระตุ้นจากทางกายภาพ ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นต้น

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ แบ่งออกเป็น 7 อย่าง ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยสิ่งต่างๆดังนี้ คือ ลักษณะของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ

อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น เดินทางเข้ามาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการประชุม การแข่งขันกีฬา การเจรจาธุรกิจ หรือเยี่ยมญาติ เป็นต้น ฤดูกาลท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว จะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ ที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่างๆ ดังนี้

2.1 คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สิ่งก่อสร้างใหม่ๆ สถาบันทางการศึกษา สถาบันทางการเมือง

2.2 วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นเมือง ศิลปะ และหัตถกรรมต่างๆ

2.3 ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่างๆ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ ป่าไม้ อุทยานแห่งชาติ

2.4 สถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่างๆ เช่น การแสดงต่างๆ การแข่งขันกีฬา สวนสนุก สวนสัตว์ ชีวิตยามราตรี เป็นต้น

2.5 ประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศเย็นสบาย ไม้ร้อนหรือหนาวจัด

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในเรื่องการคมนาคมจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ อาทิเช่น การคำนึงถึงรูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคม รวมไปถึงสภาพ การเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เพื่อ ชักจูงให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผนที่ และเอกสารโฆษณาประชาสัมพันธ์เทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ หรือฤดูกาลของการ ท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนการบริการจะประกอบไปด้วย ที่พักที่สะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย ราคา เหมาะสมกับที่พักแต่ละประเภท อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ สะอาดถูกหลักอนามัย ของที่ ระลึกและสินค้าพื้นเมืองที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีความสวยงาม บริการด้านสถานที่จอดรถมี ขนาดกว้างขวาง สะดวกปลอดภัย และบริการด้านสถานที่และอุปกรณ์ออกกำลังกายควรมีทุก รูปแบบให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง ควรมีการกำหนด มาตรการต่างๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวหรือจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและ ให้บริการ ส่วนการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองในด้านต่างๆ เช่น การทำวีซ่า การขนส่ง กระเป๋าของผู้โดยสาร เป็นต้น

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการ ท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ได้แก่ การไฟฟ้า การ ประปา การสื่อสาร ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆ และสถานพยาบาล โรงพยาบาลต่างๆ

7. การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน การธนาคาร สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้า ระเบียบต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจน ความสุภาพอ่อนโยนและอัธยาศัยไมตรี

### ทรัพยากรท่องเที่ยว

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2552) กล่าวว่า ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสำคัญของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนหรือ ไป ท่องเที่ยว เป็นจุดหมายปลายทาง และเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ความสำคัญ มีความงดงาม และมีความหลากหลาย จะเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ (Natural) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและเกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ บ่อน้ำร้อน อุทยานแห่งชาติ ทะเล หาดทราย เกาะ ทะเลสาบ ห้วย หนอง คลอง บึง เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา (Historical achaeological and religions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ กำแพงเมือง เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (Art cultural and traditional) เป็น ทรัพยากรท่องเที่ยวในลักษณะของพิธี งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สินค้าพื้นเมือง ศูนย์ วัฒนธรรม ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น



## ประเภทของการท่องเที่ยว

แวลีน สมิธ (Smith, 1977) ได้จัดแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว โดยแบ่งตามลักษณะพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 7 ประเภทดังนี้ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) การท่องเที่ยวประเภทนี้นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนเผ่าพันธุ์ต่างๆ รวมไปถึงการเดินทางไปเยี่ยมเยียนบ้านเกิด การเข้าร่วมศาสนาและการละเล่นต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environment tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติที่มีลักษณะภูมิอากาศและภูมิประเทศที่ต่างกัน การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางจากถิ่นของตน การท่องเที่ยวประเภทนี้จะเน้นการกลับคืนสู่ธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของคนกับสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพักผ่อนร่วมกับชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural tourism) นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการดำเนินชีวิต ประวัติความเป็นมาของคนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจะได้เข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนั้นๆ ได้ใช้ชีวิตในพื้นที่นั้นระยะเวลาหนึ่งโดยปฏิบัติตนเหมือนคนในท้องถิ่นนั้น อาทิเช่น การรับประทานอาหาร การแต่งกาย การเข้าร่วมเทศกาล งานประเพณีต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์เรื่องราวความเป็นมาในอดีต เช่น กำแพงเมืองจีน พีระมิดในอียิปต์ เป็นต้น ในประเทศไทยได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ฯลฯ จะแสดงให้เห็นถึงเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น การจำลองเหตุการณ์ยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชหรือสะพานข้ามแม่น้ำแคว สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ญี่ปุ่นสร้างขึ้น เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business tourism) คือ การเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม สัมมนา การเจรจาธุรกิจ ฝึกอบรม เป็นต้น หลังจากเสร็จภารกิจแล้วก็ถือโอกาสท่องเที่ยว เป็นผลทำให้เมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ๆ จะมีศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ไว้คอยรองรับอีกด้วย เช่น ลอนดอน ปารีส โตเกียว กรุงเทพฯ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreation tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่แสวงหาความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจไปพร้อมกัน โดยมีกิจกรรมที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น การแข่งขันกีฬา การละเล่น การอาบแดด การแข่งขันพายเรือ การท่องเที่ยวชมธรรมชาติ

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tourism) การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลหรือเพื่อเป็นสวัสดิการของสมาชิก โดยหน่วยงานหรือองค์กรจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบด้านค่าใช้จ่าย เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสัมมนา เพื่อจัดงาน เพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม

### มูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 b) สรุปถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ตามต้องการในวาระต่างๆกันมี 8 ประการดังต่อไปนี้คือ

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา จี่ซ้าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านั้น

2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ เช่นการเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ จะได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหรือประทับใจจากการเดินทาง เท่ากับเกิดความคุ้มค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น นอกจากนี้ยังได้ศึกษาภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ประเทศในเขตนานากับในเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องการที่ชวนมสิ่งก่อสร้าง สภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของคนในที่อื่น
6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมากถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาทำความรู้จักยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขารู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับตัวเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H. Maslow ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม
7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตรถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว ญาติมิตรอาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เขาได้ไปมา
8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่นทำธุรกิจ เข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา ประกอบศาสนกิจ เยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติภูมิในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

#### การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จิวรชญา มณีเนตร (2551) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มคน รวมถึงการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม และศิลปกรรมต่างๆ โดยมุ่งเน้นถึงความพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และคุณภาพที่ดีของสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548)

a) กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 9

ประการ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักว่าจะต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้อย่างดีที่สุดเพื่อให้สืบต่อไปยังคนรุ่นหลัง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้อ่างไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักว่าทุกฝ่ายได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
5. มีลักษณะที่ให้ผู้ชมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์
6. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการตลาดของการบริการท่องเที่ยวตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์ที่แท้จริง โดยยึดหลักให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
7. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มประสบการณ์คุณค่าที่ได้รับและทำให้กลับมาเที่ยวซ้ำอีก
8. มีการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่
9. มีการคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

#### การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

อดิศร ศักดิ์สูง (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ( Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของคนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ

และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา หรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งจากกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือการถูกจัดให้เป็นกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มุ่งรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยจะมีการสนับสนุนการกำหนดจุดขายที่ชัดเจนและเชื่อมโยงให้เกิดการเกี่ยวพันกันภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555: ออนไลน์)

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เป็นเครื่องมือปลุกจิตสำนึกทางอุดมการณ์ กระทั่งนำไปสู่สำนึกความเป็นชาติหรือท้องถิ่น นอกจากนี้ยังอาจเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดกทางภูมิปัญญาของชุมชน เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตในท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากที่สภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) เสนอกฎบัตรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างประเทศว่าด้วยการจัดการสถานที่อันเป็นสัญลักษณ์มรดกเพื่อการท่องเที่ยว (International Cultural Tourism Charter Managing Tourism at Places of Heritage Significance) โดยมีสาระสำคัญได้แก่การจัดท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างรับผิดชอบ พร้อมกับการจัดการที่ดีควบคู่กันระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน โดยมีการอนุรักษ์และการวางแผนการท่องเที่ยวในแหล่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งมีจุดเน้นสำคัญก็คือนอกจากจะสร้างความรื่นรมย์แก่ผู้มาเยือนแล้วก็ต้องเป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อคุ้มครองมรดกทางประวัติศาสตร์ด้วย อาจกล่าวโดยรวมได้ว่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์นั้นมีคุณูปการต่อการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ระดับชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ ด้วยเหตุผลสำคัญคือ (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, ม.ป.ป.)

1. ประวัติศาสตร์เป็นทั้งโครงสร้างและเนื้อหาสาระที่เป็นรากฐานให้แก่ละสังคัมได้เจริญเติบโต และกลายเป็นองค์ความรู้หรือบทเรียนให้ชุมชนหรือสังคัมในท้องถิ่นได้เรียนรู้และนำไปใช้ประโยชน์เพื่อสร้างสรรค์ลักษณะต่างๆ ของชุมชนหรือสังคัมให้มีความเข้มแข็ง มีพลังเป็นต้นทุนเพียงพอที่จะใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. เป้าหมายของประวัติศาสตร์ในแง่ที่ว่า อดีตที่ไม่ดีระวางไม่ให้ชำระย ที่ดีต้องทำตาม ถือเป็นกลไกสำคัญในการปลูกฝังพฤติกรรมแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดสำนึกรับผิดชอบ ขอมรับ กฎเกณฑ์กติกาของสังคมอันเป็นอุดมการณ์หลักของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มุ่งเน้นในเรื่องการ อนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่าและอย่างยั่งยืนหรือไม่ใช้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเปลืองโดยไม่รู้คุณค่าของทรัพยากรเหมือนในอดีต เป็นต้น

อดิศร ศักดิ์สูง (2554) อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ( Historical attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและ ศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นใน ประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ตัวอย่างแหล่ง ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ปราสาทหินพิมาย อนุสาวรีย์ท้าวบ้าน บางระจัน สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นต้น

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว (Li, Cai, Lehto and Huang 2010; Snepenger, King, Marshall and Uysal 2006) โดย Snepenger, King, Marshall และ Uysal (2006) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้คนเดินทาง ท่องเที่ยวและยังมีความสำคัญอย่างยิ่งในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ครอบพัตันและแมคเคย์ (Crompton and Mckay, 1997) ให้ทัศนะว่าในปัจจุบันมีทฤษฎีที่สามารถ นำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นของความ ต้องการ (Maslow's need hierarchy) ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Push-pull factors) และทฤษฎีหนี กหนีและแสวงหา (Iso-Ahola's escape-seeking dichotomy) (สุวิรัตน์สนธิ์ โสภณศิริ, 2554)

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้ศึกษาพบว่า พฤติกรรมต่างๆของมนุษย์เกิดจากแรง กระตุ้นภายนอก สังคมทำให้ผู้หญิงมีพฤติกรรมและนิสัยต่างจากผู้ชาย หรืออาจกล่าวได้ว่า บุคคลที่ มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันหรือเพศต่างกันนั้นจะมีทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมที่ แตกต่างด้วยเช่นกัน

### แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยว

สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ (2545) กล่าวว่า แรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่น่าดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้
2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกกระตุ้นไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลง ค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ทัศนคติทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)
3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทัศนคติ และมอภภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป
4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจ หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 b) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปได้ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว ( Tourism promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน ญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม

ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งการส่งเสริมตลาด  
ทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั้งภาครัฐและเอกชน

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ( Need) เมื่อ  
นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการ  
ท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป  
หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่นเกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทาง  
ท่องเที่ยวให้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมาก  
ต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความ  
สะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ( Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยาก  
ท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิด  
ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull factor เป็น  
สภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ( Decision making) นับว่าเป็น  
องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูล  
ทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำ  
ให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ( Tourist image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการ  
พิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย  
สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่  
ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่นประเทศสุวีโรมีความปลอดภัยสูง แต่  
ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจ  
ปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้ จะไป  
ท่องเที่ยวที่ไหน เมื่อไร โดยทางใด กับใคร นานเท่าไร เพื่อชมอะไร พักแรมสถานที่ประเภทไหน  
และท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ( Planning for expenditure) โดยปกติ  
เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยว  
ต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผน  
ล่วงหน้า 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น  
ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่นค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่าย



ชื่อของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวที่เราอาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจ นำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังต้องมีการ เตรียมวางแผนเรื่องงานและฝากคนดูแลบ้านด้วย

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง ( Travel preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้อง เตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่นหนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ ( Visa) เป็นต้น นอกจากนั้น ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว ( Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อ ท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็น ระยะเวลา ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่ง ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกินและอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทาง ท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจการเดินทางใน ครั้งต่อไปหรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่น ไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ( Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการ ประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1) มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่ง ต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่ง อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2) ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่ง ต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่ง อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว ( Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึง พอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่า

ให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

### ประเภทของการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยว

ฮอว์กินส์ เบสท์ และคอนนี (Hawkins, Best, and Coney, 2004) ระบุว่าประเภทของการตัดสินใจซื้อทั้งหมด 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ การตัดสินใจตามความเคยชิน (Nominal decision making) การตัดสินใจที่จำกัด (Limited decision making) และ การตัดสินใจอย่างละเอียด (Extended decision making)

1. การตัดสินใจตามความเคยชิน (Nominal decision making) จะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง หรือเป็นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมชอบกลับไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิม เพื่อทำกิจกรรมเดิมๆ แบบจะทุกปี โดยส่วนใหญ่การตัดสินใจประเภทนี้จะมีกระบวนการตัดสินใจที่ค่อนข้างจะจำกัดมากที่สุด โดยจะมีการหาข้อมูลภายในเพียงอย่างเดียวและไม่มี การประเมินทางเลือกเข้ามาเกี่ยวข้อง

2. การตัดสินใจที่จำกัด (Limited decision making) มีเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกและจำนวนทางเลือกค่อนข้างน้อย การตัดสินใจในรูปแบบนี้มักจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการตัดสินใจในเรื่องดังกล่าวอยู่แล้วทำให้ไม่ต้องหาข้อมูลภายนอกมากนัก เช่น การตัดสินใจเดินทางกลับไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิมที่นักท่องเที่ยวประทับใจและเดินทางไปเที่ยวเป็นประจำ

3. การตัดสินใจอย่างละเอียด (Extended decision making) เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีความพิถีพิถันมากที่สุด นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอก มีการประเมินทางเลือกอย่างละเอียด ส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจท่องเที่ยวครั้งสำคัญของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดที่มีความสำคัญต่อจิตใจของนักท่องเที่ยว

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับภาพยนตร์

จอร์จิวส์กีและซินอลึคา (Gjorgievski and Sinolicka, 2012) อธิบายว่า การชมภาพยนตร์นั้นเปรียบเสมือนการได้เผชิญกับโลกใหม่ เรื่องราวใหม่ ได้พบวีรบุรุษและตัวละครใหม่ๆ ด้วยวิธีการที่รับรู้เรื่องราวต่างๆ ผ่านหน้าจอซึ่งทำให้ได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ที่

หลากหลายภายใน 2 ชั่วโมง ในอีกด้านหนึ่งก็ยังสามารถหลีกเลี่ยงจากชีวิตความเป็นจริง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพราะไม่ได้ออกจากห้องนั่งเล่นเพียงแค่นั่งอยู่แค่หน้าจอเท่านั้น

### การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

สุวิรัชชัย โสภณศิริ (2554) ได้อธิบายว่า ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์มีอิทธิพลอย่างมากในการทำให้ผู้คนรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกใช้ในการถ่ายทำ อีกทั้งยังมีส่วนอย่างมากในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว โดยนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใดๆ นั้นเนื่องมาจากความประทับใจที่มีต่อภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์นั้นๆ ได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวเพื่อตามรอยภาพยนตร์

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อตามรอยภาพยนตร์สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่สถานที่ถ่ายทำเป็นจำนวนมหาศาล ตัวอย่างเช่น การถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง Star wars ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศตุนิเซียเป็นอย่างมาก จากประเทศเล็กๆ ซึ่งเคยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ถึง 1 ล้านคนและมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ถึงร้อยล้านเหรียญสหรัฐ กลับกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพื่อตามรอยภาพยนตร์อย่างมากหลังจากที่ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้เผยแพร่ออกไป โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้สร้างรายได้ให้กับประเทศตุนิเซียมากถึง 1,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนภาพยนตร์เรื่องแฮร์รี่พ็อตเตอร์ก็ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เดินทางไปเที่ยวที่ประเทศอังกฤษ โดยสถานที่ซึ่งพวกเขาสนใจไปเยี่ยมชมก็คือ ปราสาทแอนนิก ซึ่งถูกใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำโรงเรียนฮอกวอตส์และสถานีรถไฟคิงส์ครอส (King's Cross Station) ซึ่งเป็นสถานที่ที่พ่อมดน้อยใช้เดินทางไปยังโรงเรียนฮอกวอตส์นั่นเอง แม้ว่าชาชนชาติ 9 ¼ จะไม่มีจริง แต่ทางการอังกฤษก็ได้จัดทำป้ายขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว (สุวิรัชชัย โสภณศิริ, 2554)

สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องต่างๆ

ชื่อภาพยนตร์	สถานที่ถ่ายทำ
Star wars	เมืองแมทมาทา ประเทศดูนิเซีย
The Lord of the Rings	ประเทศนิวซีแลนด์
The sound of music	ประเทศออสเตรีย
แดจังกึม	ประเทศเกาหลี
Winter Sonata	เกาะนามิ ประเทศเกาหลี
Harry Potter	ประเทศอังกฤษ สก็อตแลนด์
The Beach	ประเทศไทย (อ่าวมาหยา เกาะพีพี จังหวัดกระบี่)

ที่มา: สุวีริณัศฌ์ โสภณศิริ (2554)

เป็นที่ถกเถียงกันว่า ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง ( Push-pull factors) เป็นทฤษฎีที่เหมาะสมมากที่สุดในการศึกษาถึงแรงจูงใจของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์หรือไม่ ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง ( Push-pull factors) นี้ถูกนำเสนอเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1977 โดยแดนน (Dann, 1977) ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กล่าวว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองลักษณะ ได้แก่ แรงผลัก (Push) และแรงดึง (Pull) แรงผลักคือแรงกระตุ้นภายในที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวแทนที่จะทำกิจกรรมอื่นๆ โดยแรงผลักนี้เกิดจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการผจญภัย ความต้องการสร้างภาพ ความต้องการสุขภาพที่ดี เป็นต้น ส่วนแรงดึงเกิดจากแรงกระตุ้นภายนอกที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะเดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ใด โดยทั่วไปแรงดึงจะเกี่ยวข้องกับลักษณะหรือองค์ประกอบของสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เช่น สภาพภูมิอากาศ ชายหาด สิ่งอำนวยความสะดวก หรือการที่ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินราคาถูกลง เป็นต้น (Klenosky, 2002)

ไรลีย์และแวนโดเลน (Riley and Van Doren, 1992) อธิบายว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นตัวกระตุ้นโดยอาศัยหลักทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ทำหน้าที่เป็นเสมือนแหล่งข้อมูลหรือแรงดึงที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้

ปัจจัยแรงผลัก หรือแรงกระตุ้นภายในก็มีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เช่นกัน อาทิเช่น การหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความเครียด ความต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ เป็นต้น (Macionis, 2007)

### ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง

ปราโมชน์ รอดจรัส (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจที่กระตุ้นให้คนอยากท่องเที่ยวเกิดจาก ปัจจัย 2 ประการ คือ

1. แรงผลัก (Push factors) คือ ปัจจัยที่มาผลักดันให้คนเกิดความต้องการท่องเที่ยว มีดังนี้

1.1 ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ปัจจุบันการใช้ชีวิตของผู้คนในเมืองใหญ่นั้นมีความเร่งรีบ สับสน วุ่นวาย และมีปัญหาต่างๆมากมายรุมเร้า ทำให้เกิดความเครียด เบื่อหน่าย ดังนั้นคนจึงเกิดความต้องการอยากหนีความซ้ำซากจำเจออกไปเดินทางท่องเที่ยว

1.2 ต้องการเปิดโลกทัศน์ การท่องเที่ยวจะช่วยทำให้โลกทัศน์ของคนให้กว้างขึ้น เพราะมีโอกาสพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ สถานที่ใหม่ๆ และยังเป็นการค้นหาตัวเองว่ามีความถนัดหรือมีเป้าหมายในชีวิต

1.3 ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการผ่อนคลายความเครียดความเหนื่อยล้าจากการทำงานหนัก การท่องเที่ยวก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน หากความสุขความเพลิดเพลิน

1.4 ต้องการสร้างเกียรติภูมิ การท่องเที่ยวเป็นการสร้างเกียรติภูมิและสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเป็นคนมีประสบการณ์ วิสัยทัศน์ สถานภาพสูงกว่าคนอื่น เป็นที่ยอมรับทางสังคม

1.5 การทำในสิ่งที่ท้าทาย การท่องเที่ยวบางครั้งอาจเป็นเรื่องยากเพราะจะต้องกล้าที่จะตัดสินใจ เช่น การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อย ห่างไกลความเจริญ ต้องค้างคืนในสถานที่ที่ตนเองไม่คุ้นเคยหรือไม่แน่ใจในปลอดภัย เป็นต้น

1.6 ต้องการผจญภัย มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากชอบการท่องเที่ยวในลักษณะผจญภัย เพราะเป็นการแสดงถึงความแข็งแรงอดทน กล้าเสี่ยง และความเป็นลูกผู้ชาย

2. แรงดึง ( Pull factors) คือสิ่งที่ดึงดูดให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ได้แก่

2.1 ความสวยงามของทิวทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสนใจทิวทัศน์ที่มีความสวยงามเพราะเมื่อได้อยู่ในสถานที่สวยงามแล้ว จะทำให้เกิดความสุขและเป็นการผ่อนคลายความเครียดได้อีกด้วย

2.2 สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ชื่นชอบในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพราะต้องการเรียนรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต

2.3 กิจกรรมด้านกีฬา ปัจจุบันการกีฬาเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญให้คนเดินทางท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะได้ชมกีฬาที่ตนชื่นชอบแล้ว ยังได้มีโอกาสไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีสิ่งจูงใจด้านอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีก เช่น

-สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของประเทศอื่นๆ รวมทั้งวิถีชีวิต สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

-สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น เดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

-สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and status motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนาหรือยกระดับตนเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การไปศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

จากทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงด้านบนนั้นเมื่อนำมาปรับใช้กับภาพยนตร์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว สรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ปัจจัยแรงดึง (ภาพยนตร์)			ปัจจัยแรงผลักดัน (แรงกระตุ้นจากภายใน)
สถานที่ (Place)	บุคลิกนักแสดง (Personality)	การแสดง (Performance)	
สถานที่ถ่ายทำ ภาพยนตร์ (Location)	การเลือกนักแสดง (Cast)	โครงเรื่อง (Plot)	การรักษาสถานะ (Ego enhancement)
ฉาก (Scenery)	บทบาทใน ภาพยนตร์ (Characters)	แก่นเรื่อง (Theme)	สิ่งแปลกใหม่ (Novelty)
สภาพภูมิอากาศ (Weather)	บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity)	ประเภท (Genre)	สถานภาพและชื่อเสียงทาง สังคม (Status/Prestige)
ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural origin)	ดาราดัง (Stars)		โลกจินตนาการ/หลีกเลี่ยง จำเจ (Fantasy/Escape)
ปัจจัยทางสังคม (Social origin)			ประสบการณ์ทดแทน (Vicarious experience)
กิจกรรม (Activity origin)			การค้นหาตัวตน (Search for self identity)

ที่มา: Macionis (2007)

มีหลายผลงานวิจัยได้ออกมาพิสูจน์แล้วว่าภาพยนตร์เป็นปัจจัยดึงที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ ( Beeton, 2005; Couldry, 1998; Hudson & Ritchie, 2006a,b; Kim & Richardson, 2003; Riley & Van Doren, 1992; Tooke & Baker, 1996) ในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นอาจเปรียบได้ว่า ปัจจัยแรกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ สถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เหล่านี้ได้ถูกเปลี่ยนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในการไปเยี่ยมชม เช่น ภาพยนตร์เรื่อง The Lord of the Rings ประเทศนิวซีแลนด์

มาซิโอนิส (Macionis, 2007) กล่าวว่า ในแง่ภาพยนตร์ ปัจจัยแรงดึงอีกตัวหนึ่ง คือ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเนื้อหาของภาพยนตร์ที่จะพาผู้ชมไปท่องเที่ยวในส่วนต่างๆของโลกซึ่งอยู่

ในจินตนาการเพื่อหลีกเลี่ยงความเป็นจริงและได้สัมผัสถึงความโรแมนติกหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ประสบการณ์ทดแทน (Vicarious experience) ผู้ชมไม่ได้ถูกดึงดูดด้วยฉากหรือสถานที่จากทาง ภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว แต่อาจถูกดึงดูดด้วยเนื้อเรื่อง ประเภทของภาพยนตร์ บทภาพยนตร์ หรือ ความรู้ที่ได้รับจากภาพยนตร์ ซึ่งสำหรับคนบางกลุ่มเนื้อเรื่องอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เชื่อมโยงผู้ชม กับภาพยนตร์ไว้อย่างแนบแน่นจนมีอิทธิพลทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เป็นฉากใน ภาพยนตร์ก็เป็นได้

ฟรอส (Frost, 2004) ศึกษาพบว่า การชมภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ เช่น เรื่อง High Noon และ Ned Kelly ความสนใจที่จะท่องเที่ยวเกิดจากเนื้อเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มากกว่า สถานที่ที่ได้รับชมทางภาพยนตร์ เขากล่าวว่าถึงแม้ว่าภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จะถ่ายทำใน สถานที่ที่น่าดึงดูดใจ แต่นั่นก็ไม่ใช่ปัจจัยดึงดูดหลักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่เป็นเนื้อเรื่องอิง ประวัติศาสตร์มากกว่าที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว

และปัจจัยสุดท้ายที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ คือ การท่องเที่ยวตามรอยดาราดังหรือบุคคลมีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบ เป็นที่ทราบกันดีว่า ดาราฮอลลีวูด ดาราดัง บุคคลมีชื่อเสียงนั้นมีอิทธิพลต่อการจูงใจของบุคคลนั้นๆ ในแง่อุตสาหกรรมบันเทิงใช้ หลักการนี้ที่มีอิทธิพลต่อคนดูเป็นตัวเชื่อมธุรกิจทางวัฒนธรรมและความชื่นชอบของบุคคลต่อสื่อ นี้สะท้อนถึงการใช้สื่อตัวนี้เป็นตัวส่งผ่านข้อมูลข่าวสารได้อย่างประสบความสำเร็จ ( McCracken, 1989) ดารานักแสดงนั้นเป็นส่วนประกอบที่ทรงอิทธิพลมากในสื่อมวลชน พวกเขาสามารถสร้าง กระแสต่างๆ จากบทบาทที่ได้รับในภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ โดยแท้จริงแล้วดาราเป็นเครื่องมือ สำคัญในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณาและรวมไปถึงงานเขียน (Macionis, 2007)

ทิลและชิมป์ (Till and Shimp, 1998) กล่าวว่า ความรู้สึกของเราที่มีต่อดารานั้นจะถูก คาดหวังให้รู้สึกอย่างเดียวกันกับสินค้าแบรนด์นั้นด้วย ผ่านทฤษฎีความสัมพันธ์นี้ นี่เป็นสิ่งที่แสดง ให้เห็นว่า ทำไมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ถึงพยายามใช้ดารารหรือบุคคลมีชื่อเสียงในการ ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ถ้าหากคุณเป็นแฟนของ Monte Carlo พระเอกจากภาพยนตร์เรื่อง James Bond พวกเขาอาจถูกกระตุ้นแล้วสถานที่ถ่ายภาพยนตร์ก็อาจ กลายเป็นทางเลือกหนึ่งในช่วงวันหยุดของพวกเขาก็เป็นได้



## ความรู้เกี่ยวกับตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

### ข้อมูลทั่วไปของภาพยนตร์

ภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีรายละเอียดดังนี้ (วิกิพีเดีย, 2556)

ผู้กำกับ หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล

ผู้อำนวยการสร้าง หม่อมกมลดา ยุคล ณ อยุธยา และคุณากร เศรษฐี

บทภาพยนตร์ หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล และดร. สุเนตร ชุตินทรานนท์

เพลงประกอบ Richard Harvey

กำกับภาพ ณัฐวุฒิ กิตติคุณ และStanislav Dorsic

ตัดต่อ หม่อมราชวงศ์ ปัทมนัดดา ยุคล

ผลิต บริษัทพร้อมมิตร โปรดักชั่น

จัดจำหน่าย บริษัทสหมงคลฟิล์ม

วันที่เข้าฉาย องค์กรบันเทิงสภา (ภาคแรก) 18 มกราคม พ.ศ. 2550

ประกาศอิสรภาพ (ภาคสอง) 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550

ยุทธนาวี (ภาคสาม) 31 มีนาคม พ.ศ. 2554

ศึกนันทบุเรง (ภาคสี่) 11 สิงหาคม พ.ศ. 2554

ความยาว ภาคแรก: 134 นาที

ภาคสอง: 165 นาที

ภาคสาม: 148 นาที

ภาคสี่: 133 นาที

งบประมาณ 700 ล้านบาท

สร้างรายได้ ภาคที่ 1 : 219.06 ล้านบาท

ภาคที่ 2 : 216.87 ล้านบาท

ภาคที่ 3 : 203.7 ล้านบาท

ภาคที่ 4 : 135 ล้านบาท

### เนื้อเรื่องย่อ

สารานุกรมวิกิพีเดีย (2556) ได้อธิบายเกี่ยวกับเรื่องย่อของภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ไว้ดังนี้

ภาค 1 องค์ประกันหงสา เริ่มตั้งแต่สงครามช้างเผือก ในปี พ.ศ. 2107 ที่พระองค์ดำ หรือสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งมีพระชันษาเพียง 9 พรรษา ต้องเสด็จไปประทับยังหงสาวดีในฐานะองค์ประกัน โดยพระเจ้าหงสาวดีบุเรงนองทรงรับเป็นโอรสบุญธรรม ซึ่งในภาคนี้ได้เรียนรู้เกร็ดประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในช่วงทรงพระเยาว์และทรงใช้ชีวิตอยู่ในดินแดนพม่า ทรงพระผนวชเป็นสามเณรอยู่ในสำนักของพระมหาเถรคันฉ่อง ที่ได้ถวายความรู้แก่พระองค์ดำจนทรงเจนจบทั้งด้านศิลปวิทยาการแขนงต่างๆ และยุทธศาสตร์การรบตามตำราพิชัยสงคราม ฯลฯ และจบภาคแรกในช่วงที่ทรงหนีกลับอยุธยา

ภาค 2 ประกาศอิสรภาพ หลังจากพระเจ้าหงสาวดีบุเรงนองสิ้นพระชนม์ในปี พ.ศ. 2124 พระเจ้านันทบุเรงได้ขึ้นเสวยราชสืบต่อและได้สถาปนามังสามเกียดขึ้นเป็นราชอาณาจักรตำแหน่งมหาอุปราชแห่งราชอาณาจักรหงสาวดี เมื่อแผ่นดินหงสามิอันต้องผลัดมือมาอยู่ในปกครองของพระเจ้านันทบุเรง สัมพันธไมตรีระหว่างอยุธยาและหงสาวดีก็เริ่มสั่นคลอน ด้วยพระเจ้าหงสาวดีพระองค์ใหม่มิได้วางพระทัยในสมเด็จพระนเรศวร และสมเด็จพระนเรศวรเองก็หาได้เคารพยำเกรงในบุญบารมีของพระเจ้าแผ่นดินพม่ารามัญเช่นกาลก่อน มิเพียงเท่านั้น สมเด็จพระนเรศวรยังได้ทรงแสดงพระปรีชาสามารถให้เป็นที่ปรากฏครั้งคร้ำม ดังคราวนำกำลังทำยุทธนาวีกับพระยาจันจันตुकและศึกเมืองคังเป็นอาทิ พระเจ้านันทบุเรงทรงเกรงว่าสืบไปเบื้องหน้า สมเด็จพระนเรศวร จะเป็นภัยต่อพระราชวงศ์แผ่นดินหงสา จึงหาเหตุวางกลศึก หมายจะปลงพระชนม์สมเด็จพระนเรศวรเสียที่เมืองแครง แต่พระมหาเถรคันฉ่องพระราชครูลอบนำแผนประทุษร้าย นั้นมาแจ้งให้ศิษย์รักได้รู้ความ สมเด็จพระนเรศวรจึงถือเป็นเหตุประกาศเอกราช ตัดสัมพันธไมตรีกับหงสาวดี แลกवादต้อนครัวมอญครัวไทยข้ามแม่น้ำสะโตงกลับคืนพระนคร

ภาค 3 ยุทธนาวี คือ ศึกทุ่งบางแก้ว เพราะหลังจากพระเจ้านันทบุเรงทรงทราบว่า สมเด็จพระนเรศวรประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง และได้เกณฑ์ชาวไทยใหญ่หลบหนีราชภัย กลับไปยัง อโยธยา พระองค์จึงได้สั่งให้นรธาเมงสอและพระยาพะสิมรวบรวมไพร่พลเข้าตีอโยธยา ด้วยหมายพระทัยว่าจะสามารถบดขยี้โยชยาลงได้อย่างง่ายดาย เพราะศึกครั้งนี้คงเกินกำลังพระนเรศผู้ยังเยาว์พระชันษา แต่การณ์กลับหาเป็นเช่นนั้นไม่ พระนเรศวรทรงแสดงให้เห็นถึงพระอัจฉริยภาพในด้านการรบ พระองค์ทรงวางแผนรับศึกอย่างรอบคอบ แม้ทหารของพระองค์จะน้อยกว่ามาก แต่ก็ทรงสรรหายุทธวิธีการรบที่จะชนะฝ่ายศัตรูที่มีกำลังเหนือกว่าได้ และเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้อุญเสียไพร่พลฝ่ายอโยชยาน้อยที่สุด

ภาค 4 ศึกนันทบุเรง ในปีพ.ศ. 2127 เป็นศึกใหญ่ ไพร่พลพม่ารามัญที่ยกมารวมแล้วไม่ต่ำกว่า 240,000 คน สมเด็จพระนเรศวรจึงทรงใช้พระนครศรีอยุธยาเป็นชัยภูมิรับศึก ด้วยทรงเห็น

ว่าเป็นต่อต้านที่ตั้ง และเมื่อทัพข้าศึกเข้าเหยียบชนพระนครก็ทรงใช้ยุทธวิธีตั้งรับในเชิงรุก ผสานกลศึกการรบที่แหวกจารีตของพระองค์ในหลายคราว ไม่ว่าจะเป็นการนำทัพเรือหนีคาน พระแสงดาบขึ้นหักกายพม่า หรือเมื่อต้องสัประยุทธ์กับคูปรับเกา “ลักไวทำมู” ผู้มีเพลงรบเป็นเลิศ โดยฝ่ายพม่าใช้กลยุทธ์ “ฉนาง” ที่แฝงความพลิกแพลงอัจฉริยะด้วยการประสานกำลังทหารดาบ ค้างและหอกใหญ่เป็นพิชัยยุทธ เพื่อล้อมทัพพม่าและล้อมจับพระนเรศ

### โรงถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

สารานุกรมวิกิพีเดีย (2556) อธิบายถึง สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้ใช้ระยะเวลาก่อสร้างกว่า 4 ปี ภายใต้การบริหารจัดการของ พร้อมมิตรฟิล์ม สตูดิโอ ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 1,500 ไร่ ในบริเวณกองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี ก่อสร้างด้วยงบประมาณกว่า 700 ล้านบาท มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลประมาณ 6 ปี ได้มีการออกแบบและบรรจุสร้างทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมที่ผู้เข้าชมสามารถเดินเที่ยวชมสถานที่การถ่ายทำภาพยนตร์ รวมถึงการร่วมกิจกรรมสนุกๆ และน่าประทับใจได้

บริเวณโรงถ่ายจะแบ่งเป็น 11 จุด โดยเดินวนรอบเป็นวงกลมรอบพื้นที่ จุดที่ 1 จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว จุดที่ 2 บริเวณวัดมหาเถรคันฉ่อง จุดที่ 3 กำแพงเมืองหงสาวดี จุดที่ 4 นิทรรศการภาพถ่าย จุดที่ 5 สีหศาสน์บัลลังก์ จุดที่ 6 ลูกใต้ดิน จุดที่ 7 พระที่นั่งสรรเพชญปราสาท จุดที่ 8 กิจกรรมขี่ช้าง ม้า นั่งเกวียน จุดที่ 9 ท้องพระโรงหงสาวดี จุดที่ 10 โรงเก็บอุปกรณ์ประกอบฉาก จุดที่ 11 จุดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก โดยจะมีวิทยากรประจำจุดต่างๆ มีจอพลาสมาบรรยายประวัติศาสตร์ภูมิหลังอธิบายฉากในการถ่ายทำภาพยนตร์ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถร่วมกิจกรรมสนุกๆ อาทิ การแต่งกายชุดประวัติศาสตร์ ขี่ม้า ขี่ช้าง นั่งเกวียน และมีจุดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

จุดที่มีกิจกรรมต่างๆ คือ จะให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมทั้งขี่ช้าง ม้า หรือ เกวียน เทียมวัว ให้เลือกขี่ เป็นวิธีเดินทางไปยังท้องพระโรงหงสาวดีฝ่ายใน ค่าบริการก็ตัวละ 300 บาท ม้าขี่ได้ 1 คน เป็นม้านักแสดง ช้างนั่งได้ 2 คน ถ้าเป็นเกวียนนั่งได้ไม่เกิน 4 คน และก็มีรถกอล์ฟให้บริการ นั่งสบาย ๆ โดยนั่งรถผ่านคู กำแพงประตู หอรบ ฝ่ายโยเดีย ผ่านหมู่บ้านจำลอง มีทั้งบ้านไพร่ เศรษฐี และจุดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกส่งท้ายตามธรรมเนียมที่ต้องมาเลือกซื้อของติดมือกลับบ้าน นอกจากนี้ดีวีดี ซีดีภาพยนตร์แล้วยังมีหนังสือที่ท่านมู๋ หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล ทรงประพันธ์ถึงเบื้องหลังของการตามรอยแกะหลักฐาน รวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลให้ภาพยนตร์เกิดเป็นรูปธรรมอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงจากทั้งหลักฐานทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเอกสารการ

วิเคราะห์ การอ้างอิงของนักวิชาการจากหลากหลายสาขา รวมทั้งการเดินทางตามรอยเข้าถึงที่เกิดเหตุ นอกจากนี้ยังมีสารคดีที่สร้างความเข้าใจก่อนดูภาพยนตร์จำหน่ายอีกด้วย

### พระราชประวัติของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (2546) อธิบายถึงพระราชประวัติของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชว่า สมเด็จพระนเรศวรมหาราชเสด็จพระราชสมภพที่เมืองพิษณุโลกเมื่อปีเถาะ พ.ศ. 2098 ทรงพระนามเดิมว่า พระองค์ดำ ทรงเป็นพระราชโอรสของ สมเด็จพระมหาธรรมราชาธิราช พระเจ้าแผ่นดินราชวงศ์สุโขทัยองค์แรกที่ครองกรุงศรีอยุธยา และ พระวิสุทธิกษัตริย์พระราชธิดาของสมเด็จพระศรีสุริโยทัยและสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ ทรงมีพระเชษฐภคินีคือ พระสุพรรณกัลยา และทรงมีพระอนุชาคือสมเด็จพระเอกาทศรถ (องค์ขาว) ดังนั้นพระองค์จึงทรงถือเป็นพระราชนัดดาของสมเด็จพระศรีสุริโยทัย

ตลอดระยะเวลาในวัยเยาว์ของสมเด็จพระนเรศวรทรงใช้ชีวิตอยู่ในพระราชวังจันทน์เมืองพิษณุโลก จนกระทั่งมีพระชันษาได้ 8 ขวบก็เกิดศึกหงสาวดี โดยที่พระเจ้าบุเรงนองขอช้างเผือกเพื่อหาเหตุเพราะถือกันว่าช้างเผือกนั้นเป็นคู่บารมีของพระเจ้าแผ่นดิน สมเด็จพระมหาจักรพรรดิทรงพระราชดำริว่า ถึงให้ช้างเผือกก็ไม่คุ้มภัยได้เป็นแต่จะเสียพระเกียรติเพิ่มขึ้นจึงไม่ยอมให้ช้างเผือก พระเจ้าบุเรงนองจึงยกกองทัพมาตีเมืองไทยเมื่อ พ.ศ. 2106 พม่าได้เปรียบไทยกว่าครั้งก่อน เหตุผลประการแรกคือ พระเจ้าบุเรงนองมีกำลังไพร่พลมากกว่าไทยมาก ประการที่สองคือ เมื่อครั้งพระเจ้าตะเบงชเวตี้ยกทัพมาตีความลำบากด้วยเรื่องการหาเสบียงอาหารสำหรับกองทัพ แต่ครั้งนี้ได้เมืองเชียงใหม่เป็นเมืองขึ้นส่งเสบียงลงมาทางเรือจนเพียงพอไม่ขัดสน ประการสุดท้ายคือ พระเจ้าบุเรงนองเคยเข้าร่วมในกองทัพพม่าครั้งก่อน ได้รู้เห็นถึงภูมิลำเนาและกำลังไพร่พลของไทย แล้วเห็นตระหนักรู้ว่าจะยกทัพตรงมาตีพระนครศรีอยุธยาทางด้านเจดีย์ 3 องค์เหมือนครั้งก่อนจะเอาชนะไม่ได้ ครั้งนี้จึงเปลี่ยนกระบวนศึกยกกองทัพเข้ามาทางด้านแม่ละเมา (ปัจจุบันเรียกว่าด่านแม่สอด) หมายเอากำลังมากเข้าตีหัวเมืองเหนือตัดกำลังที่จะช่วยราชธานีเสียก่อน แล้วจึงลงมาตีพระนครศรีอยุธยาจากทางด้านเหนือ พระเจ้าบุเรงนองตีเมืองกำแพงเพชรได้อย่างง่ายดายเพราะฝ่ายไทยคิดว่ากองทัพหงสาวดีจะยกทัพเข้ามาทางด้านพระเจดีย์ 3 องค์เหมือนครั้งก่อนการเตรียมกำลังจึงไม่พร้อม

กองทัพที่พระเจ้าบุเรงนองยกมาครั้งนั้นจัดเป็นทัพยุทธีย์ 5 ทัพ ซึ่งอาจจะแยกไปรบ ณ ที่ต่างๆ กัน ได้โดยลำพัง พระมหาธรรมราชาตั้งต่อสู้ ณ เมืองพิษณุโลกอย่างเข้มแข็ง ข้าศึกจะตีหักเอาเมืองไม่ได้ก็ตั้งล้อมเมืองไว้จนในเมืองสิ้นเสบียงอาหารและเผชิญเกิดโรคทรพิษขึ้นด้วยทำให้พระมหาธรรมราชาต้องรับแพ้ย่อมอ่อนนุ่มต่อข้าศึก

สมเด็จพระมหาจักรพรรดิตรัสปรึกษาข้าราชการเห็นว่าไม่มีทางที่จะเอาชัยชนะข้าศึกได้แล้วควรยอมเป็นไมตรีเสียโดยดี ถึงแม้ว่าจะต้องเสียสินไหมบ้าง ดีกว่าให้ข้าศึกผลาญบ้านเมือง ดังนั้นจึงรับเป็นไมตรีคือ ยอมแพ้แต่โดยดี ข้อความที่ตกลงกันเมื่อทำสัญญาเลิกสงครามครั้งนั้น ขอช่างเผือก 4 ช่าง ขอดัวพระรามศวร พระยาจักรี พระสุนทรสงคราม และตรัสขอสมเด็จพระนเรศวรต่อพระมหาธรรมราชาว่าจะเอาไปเลี้ยงเป็นราชบุตรบุญธรรม สมเด็จพระนเรศวรจึงต้องเสด็จออกไปอยู่เมืองหงสาวดีเมื่อพระชันษาได้ 9 ขวบ นอกจากพระองค์แล้วยังมีองค์ประกันจากเมืองอื่น ๆ ที่เป็นเมืองขึ้นของกรุงหงสาวดีเป็นจำนวนมาก พระเจ้าบุเรงนองทรงให้เหล่าองค์ประกันได้รับการเลี้ยงดูและการศึกษาเป็นอย่างดี

พระนเรศวรทรงใช้เวลา 8 ปีเต็มในหงสาวดี ศึกษายุทธศาสตร์ของพม่า พระองค์ทรงศึกษาวิชาศิลปศาสตร์ และวิชาพิชัยสงคราม ทรงนิยมในวิชาการรบทัพจับศึก พระองค์ทรงมีโอกาสศึกษา ทั้งภายในราชสำนักไทย และราชสำนักพม่า มอญ และได้ทราบยุทธวิธีของชาวต่างชาติต่าง ๆ ที่มารวมกันอยู่ในกรุงหงสาวดีเป็นอย่างดี เช่น ชาวโปรตุเกส สเปน หรือชาวพม่าเอง ทรงนำหลักวิชามาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับเหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำศึกได้เป็นเลิศ ดังเห็นได้จากการสงครามทุกครั้งของพระองค์ ยุทธวิธีที่ทรงใช้ ได้แก่ การใช้คนจำนวนน้อยเอาชนะคนจำนวนมาก และยุทธวิธีการรบแบบกองโจร พระองค์ทรงนำมาใช้ก่อนจอมทัพที่เลื่องชื่อในยุโรป นอกจากนั้น หลักการสงครามที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน เช่น การดำรงความมุ่งหมาย หลักการรุก การอ้อมกำลัง และการรวมกำลัง การดำเนินกลยุทธ์ ความเด็ดขาดในการบังคับบัญชา การระวังป้องกัน การจู่โจม ฯลฯ พระองค์ก็ทรงนำมาใช้อย่างเชี่ยวชาญ และประสบผลสำเร็จอย่างงดงามมาโดยตลอด เนื่องจากการที่พระองค์มีชีวิตอยู่ในฐานะองค์ประกันทำให้ทรงมีความกดดันสูงจากมังกะยอชวา (พระราชโอรสในพระเจ้านันทบุเรง) จึงทรงมีแรงผลักดันที่จะกอบกู้อิสรภาพให้กับบ้านเมืองของพระองค์ เช่น จากการชนไก่ของพระองค์กับมังกะยอชวาเป็นต้น รวมทั้งการเหยียดหยามว่าเป็นเชลย จากพวกพม่าด้วย

นับตั้งแต่สมเด็จพระนเรศวรประกาศอิสรภาพเป็นต้นมา หงสาวดีได้เพียรส่งกองทัพเข้ามาหลายครั้ง แต่ก็ถูกกองทัพกรุงศรีอยุธยาตีแตกพ่ายไปทุกครั้ง เมื่อสมเด็จพระมหาธรรมราชาเสด็จสวรรคต เมื่อปี พ.ศ. 2133 พระองค์ได้เสด็จขึ้นครองราชย์เมื่อวันอาทิตย์ที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2133 เมื่อพระชนมายุได้ 35 พรรษา ทรงพระนามว่า สมเด็จพระนเรศวร หรือสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 2 และโปรดเกล้าฯ ให้พระเอกาทศรถ พระอนุชา ขึ้นเป็นพระมหาอุปราช แต่มีศักดิ์เสมอพระมหากษัตริย์อีกพระองค์หนึ่ง

ตลอดรัชสมัยของพระองค์ทรงกอบกู้กรุงศรีอยุธยาจากหงสาวดี และได้ทำสงครามกับอริราชศัตรูทั้งพม่าและเขมร จนราชอาณาจักรไทยเป็นปึกแผ่นมั่นคง ขยายพระราชอาณาเขตออกไปอย่างกว้างใหญ่ไพศาลกว่าครั้งใดในอดีตที่ผ่านมา งานสงครามในรัชสมัยของพระองค์ทั้งในดินแดนไทยและดินแดนข้างเคียง ได้ชัยชนะทุกครั้ง ทรงมีพระปรีชาสามารถในการนำทัพทรงริเริ่มนำยุทธวิธีแบบใหม่มาใช้ในการทำสงคราม และเปลี่ยนแนวความคิดจากการตั้งรับมาเป็นการรุก และริเริ่มการใช้วิธีรบนอกแบบ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยภายในประเทศ

ทรงพล วงษ์คนดี (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม ผลการวิจัยพบว่ากระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน ถูกจุดขึ้นโดยฝ่ายการตลาดและฝ่ายประชาสัมพันธ์ของฟิล์มบางกอก ซึ่งได้วางแผนในการประสานความร่วมมือกับพันธมิตรประกอบด้วย โรงภาพยนตร์ องค์กรธุรกิจ สื่อมวลชน และองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทำให้เกิดประสิทธิภาพในกระบวนการทำประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ เรื่องบางระจัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน ประกอบด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกภาพยนตร์ ปัจจัยภายในประกอบด้วย ปัจจัยหลัก ได้แก่ การนำเสนอภาพที่น่าตื่นตาตื่นใจ และปัจจัยเสริม ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ส่วนปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยปัจจัยหลัก ได้แก่ การวางแผนการตลาดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ส่วนปัจจัยเสริม ได้แก่ สื่อมวลชนและบริบททางสังคม

สาลิน ตั้งชูรัตน์ (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อความสนใจประวัติศาสตร์ไทยของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาศึกษาภาพยนตร์เรื่องสุริโยไท ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และมีความเห็นว่าทำให้ได้รับสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์และความเพลิดเพลิน สาเหตุที่เลือกชมภาพยนตร์เรื่องสุริโยไทคือ เชื่อว่าภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ และมีความสนใจเรื่องราวของภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ หลังจากรับชมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในภาพยนตร์เรื่องนี้เพราะให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และทำให้เข้าใจประวัติศาสตร์มากขึ้น ด้านความคิดเห็นต่อประวัติศาสตร์ของเยาวชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์และการรู้ประวัติศาสตร์ระดับสูง เห็นว่าควรภูมิใจในความเป็นไทย ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิชาประวัติศาสตร์ไทย และควรมีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การนำเสนอเนื้อหาของ

ภาพยนตร์ พบว่า มีการรับรู้เนื้อหาของภาพยนตร์ในระดับสูง โดยเห็นว่าภาพยนตร์แสดงให้เห็นถึงความภูมิใจในความเป็นไทย ความกล้าหาญ การร่วมมือร่วมใจของคนในชาติเพื่อปกป้องแผ่นดินไทย การเทิดทูนองค์พระมหากษัตริย์ และความรักชาติบ้านเมือง ตามลำดับ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ที่มีต่อความสนใจประวัติศาสตร์ของเยาวชน พบว่า ภาพยนตร์มีบทบาทต่อความสนใจประวัติศาสตร์ในระดับสูงทั้งหมด คือ หลังจากได้รับชมภาพยนตร์แล้วผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าควรมีการสร้างภาพยนตร์ที่มีข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทยและสอดแทรกความรู้ข้อเท็จจริงอื่นๆ เพื่อประโยชน์และความบันเทิง ควรมีการนำภาพยนตร์มาเป็นที่การเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ เยาวชนเกิดความอยากรู้ข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ทั้งที่นำเสนอในภาพยนตร์มากขึ้นรวมถึงประวัติศาสตร์สมัยอื่นๆ นอกเหนือจากภาพยนตร์มากขึ้น

สิริฎา เกตุเอี่ยม (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์และปัจจัยด้านโฆษณา ปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ความแปลกใหม่ของภาพยนตร์ ปัจจัยด้านโฆษณาได้แก่ตัวอย่างภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ได้แก่ตัวอย่างภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายได้แก่ การแจกของแถมเมื่อซื้อบัตรชมภาพยนตร์ ปัจจัยบุคคลได้แก่ คำแนะนำจากเพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไทยเฉลี่ย 3-4 เรื่องต่อปี เหตุผลในการชมภาพยนตร์คือเพื่อความบันเทิง

วัฒนา คงวิทยาลาว (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่มีอายุ 18-27 ปี เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยไปชมภาพยนตร์เดือนละ 3 ครั้ง ซึ่งเป็นภาพยนตร์ตะวันตกเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้งและเป็นภาพยนตร์ไทยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ผู้เข้าชมภาพยนตร์ร้อยละ 55.6 เคยเปิดรับนิตยสารภาพยนตร์มาก่อนเฉลี่ยเดือนละครั้ง โดยมีความสนใจเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องใหม่ ผู้กำกับ ทีมงานผู้สร้าง รองลงมาคือดารานักแสดง และเทคนิคการสร้าง ตามลำดับ เนื้อหาที่เปิดรับส่วนใหญ่ผู้อ่านจะนำไปใช้ในการสนทนากับเพื่อนมากที่สุด และเพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียดฆ่าเวลา และก่อนตัดสินใจซื้อจะให้ความสำคัญกับภาพประกอบที่สวยงาม การออกแบบรูปเล่มที่น่าสนใจ ความหลากหลายของเนื้อหา และนิยมสะสมของที่ระลึกที่ทางนิตยสารแถมมา

ทศพล ชื่นอุปการนันท์ ( 2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เมืองเก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน โดยผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในระดับสูงเป็นกลุ่มที่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมมากกว่า โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมรู้จักกันคืออยู่แล้ว เช่น พระปรางค์สามยอด พระนารายณ์ราชนิเวศน์ ศาลพระกาฬ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน สามารถแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการบูรณะปรับปรุงเพื่อรักษาสภาพไว้ให้ดีที่สุด 2) แนวทางการส่งเสริมทางการตลาดและบริการ โดยการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3) แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาทั้งในภาครัฐและเอกชน 4) แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการท่องเที่ยว จัดระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการแก่นักท่องเที่ยว พร้อมระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จากแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยวเอกลักษณ์ และคุณค่าของเมืองเก่าลพบุรีไว้ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนัก ความหวงแหนต่อทรัพยากรที่ตนมีอยู่เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

รังสิวุฒิ ทับทิมทอง ( 2549) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้และอุดมการณ์ชาตินิยมสู่คนรุ่นใหม่ผ่านละครวิทยุอิงประวัติศาสตร์คณะรังสิมันต์ ผลการศึกษาพบว่าการผลิตละครวิทยุอิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอเรื่องราวในอดีต ได้รับสาระความรู้เกี่ยวกับวีรกรรมและความกล้าหาญของบรรพบุรุษไทย เหตุการณ์ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จารีตประเพณี และวัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบสังคมไทย สภาพบ้านเมืองไทย เกร็ดการศึกสงคราม แนวคิดเกี่ยวกับการสำนึกบุญคุณของบรรพบุรุษและแผ่นดินไทย ความเสียสละและบำเพ็ญตนเพื่อประโยชน์ของชาติ ความสามัคคีของคนในชาติ การรู้จักรักษามรดกของชาติที่สืบทอดกันมา ควบคู่ไปกับได้รับความสนุกสนานบันเทิง ที่จะปลูกฝังจิตสำนึกของความรักชาติรักแผ่นดิน ให้เกิดกับประชาชนชาวไทย โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ที่กำลังไปตามกระแสวัฒนธรรมของตะวันตก

อินทรี ศรีชมภู (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของวัยรุ่นในเขตบางกะปิ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิง มีอายุระหว่าง 21-24 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001 - 5,000 บาท โดยชมภาพยนตร์เดือนละ 1 ครั้ง ปีวิจัยที่มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการในโรงภาพยนตร์คือ อยู่ใกล้สถานศึกษา ที่ทำงาน หรือที่อยู่อาศัย และจะไปชมภาพยนตร์กับเพื่อนมากที่สุด องค์ประกอบของภาพยนตร์โฆษณาทางเทคนิคการนำเสนอ รูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกันนั้นทำให้วัยรุ่นตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันตามลักษณะเพศ



อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ด้านการจดจำและความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ โฆษณาของวัยรุ่นแตกต่างกันไปตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนจึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

ธนธรณ์ ฤทธิธกล ( 2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างความหมายใน ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ "ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช" มีจุดประสงค์ เพื่อถ่ายทอด ประวัติศาสตร์ของชาติและกระตุ้นให้คนไทยในปัจจุบันหันมาสนใจและเรียนรู้รากเหง้าของตนเอง ผ่านทางเนื้อหาภาพยนตร์ที่เกิดจากกระบวนการผสมผสาน ระหว่างข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ กับจินตนาการของผู้สร้างภาพยนตร์ โดยคำนึงถึงความสมบูรณ์ สมจริง และอรรถรสของ ภาพยนตร์เป็นหลัก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึง แนวความคิดในภาพรวมในการประกอบสร้างความหมายที่เน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของความหมายของคำว่า อีสรภาพ โดยนำเสนอให้เห็นถึงสาเหตุและผลจากการสูญเสียอีสรภาพ รวมถึงความหวังของผู้สูญเสียอีสรภาพที่จะกอบกู้ อีสรภาพคืนมา ในภาคสอง เน้นการสื่อความหมายคำว่า การกอบกู้อีสรภาพ ซึ่งกว่าจะได้มาจะต้องอาศัยการรวบรวมกำลังผู้คน การมีผู้นำที่เหมาะสม ทั้งสติปัญญาความสามารถ และคุณงามความดี ในการสร้างศรัทธาแก่ผู้คน รวมถึงจังหวะเวลาที่เหมาะสม และความพากเพียรพยายามอย่างหนัก

นราธิป ขุ้ยจิตต์ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพยนตร์ตัวอย่างกับการตัดสินใจชมของผู้ชม ผลการวิจัยพบว่า อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่ชมภาพยนตร์ และการชมภาพยนตร์ตัวอย่าง จากสื่อที่แตกต่างกัน มีผลต่อผู้ชมในการตัดสินใจชมภาพยนตร์แตกต่างกัน จำนวนครั้งที่เห็น ภาพยนตร์ตัวอย่างเรื่องเดียวกัน ฉาก ข้อความ การนำเสนอภาพ และสิ่งที่ผู้ชมจดจำจากภาพยนตร์ ตัวอย่างแตกต่างกัน ทำให้ผู้ชมตัดสินใจชมภาพยนตร์แตกต่างกัน และสุดท้ายองค์ประกอบ ภาพยนตร์ตัวอย่าง ด้านการนำเสนอประกอบด้านแสง เสียง และบทบาทผู้กำกับกับการแสดงแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์แตกต่างกัน โดยองค์ประกอบด้านแสงและเสียงที่สมจริงใน ภาพยนตร์ตัวอย่าง จะทำให้ภาพยนตร์มีความน่าสนใจและเกิดสุนทรียภาพชวนให้ติดตาม รายละเอียดของภาพยนตร์ และการนำเสนอบทบาทของผู้กำกับจะเป็นส่วนเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นในฝีมือการกำกับการแสดง จึงเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้ชมตัดสินใจชมภาพยนตร์จาก ภาพยนตร์ตัวอย่าง

สุภินันท์ เปานิล (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพยนตร์โฆษณาของ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ชม การนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาในลักษณะที่น่าสนใจ เนื้อหา

ที่น่าเชื่อถือ ความเหมาะสมของภาพกราฟฟิก ความเหมาะสมของความยาวของภาพยนตร์โฆษณา และแสง สี เสียงที่ใช้ทั้งหมดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ชม สรุปภาพรวมทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก อันได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ รองลงมาคือ บทบาทของผู้แสดง และลำดับสุดท้าย สโลแกนของโฆษณา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กฤษณ์วรรณ วรมิษฐ์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวได้แก่ 1) แหล่งทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล 2) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต โบราณสถาน ศิลปะ ประวัติศาสตร์ 3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิอากาศแตกต่างจากชีวิตประจำวัน เช่น ทะเลทราย หิมะตก ปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจให้เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ที่พักสะดวกหรือสวยงาม 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก 3) เข้าบ้านมีการต้อนรับอย่างอบอุ่น สร้างความประทับใจ

นพเกล้า ยิ้มสถาน (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 56 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ สื่อบุคคล และสื่อที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ เหตุผลที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือ การชื่นชอบเป็นการส่วนตัว เดินทางสะดวกและได้รับการจูงใจจากเพื่อนและญาติ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับได้แก่ 1) การเข้าถึงสถานที่ 2) ค่าใช้จ่าย 3) ความชอบส่วนบุคคล 4) การคมนาคมสะดวก 5) กิจกรรมที่สร้างสรรค์ 6) อิทธิพลจากสื่อรอบข้าง 7) การแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 8) ค่านิยมและความเชื่อ

พิชาวีร์ ศักดิ์ทวีพิชากุล (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิด พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อความเพลิดเพลินมากที่สุด ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศคือ ตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน ประเภทแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่ชื่นชอบคือ แหล่งธรรมชาติ รองลงมา

คือ แหล่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ 1) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (product) 2) ด้านข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (place) 3) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (promotion) 4) ด้านค่าใช้จ่าย (price) ตามลำดับ การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า 1) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน 2) ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

### งานวิจัยต่างประเทศ

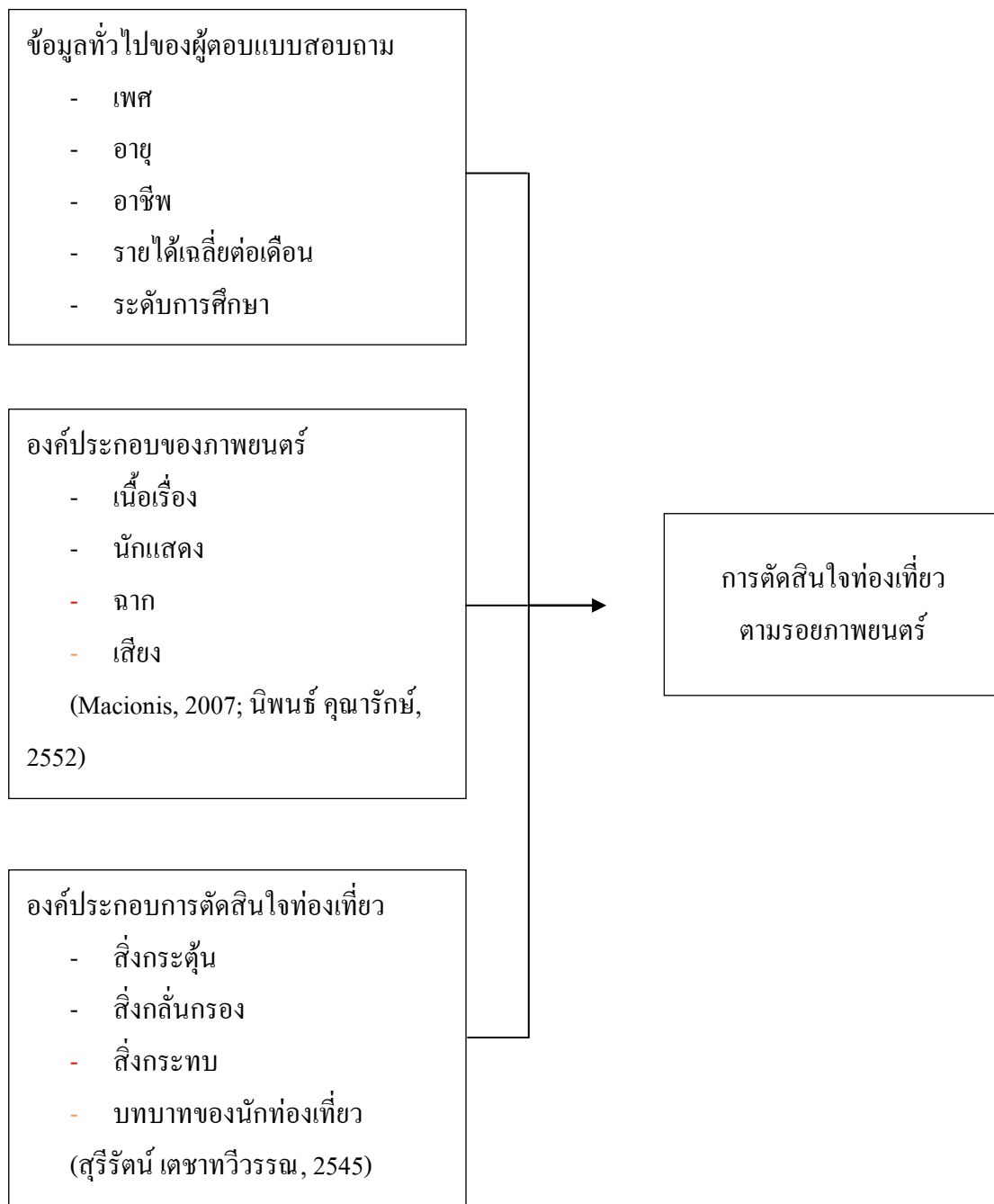
โบลแลนและวิลเลียม (Bolan and Williams, 2008) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการขาย: อิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ชมภาพยนตร์ ดังนั้นผู้บริโภคที่ได้รับชมภาพยนตร์มีแนวโน้มที่จะเลือกไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่ได้เห็นจากภาพยนตร์ หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและสามารถชักจูงให้ไปเที่ยวชมตามสถานที่ที่ปรากฏในเห็นจากภาพยนตร์

ครายเจนแซง (Kraaijenzank, 2009) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ โดยศึกษาจากกรณีศึกษาเรื่อง เดอะลอร์ด ออฟ เดอะ ริง ที่ถ่ายทำในประเทศนิวซีแลนด์ โดยผลการวิจัยพบว่า ภาพยนตร์มีอิทธิพลดึงดูดให้คนตัดสินใจไปเที่ยวประเทศนิวซีแลนด์ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศนิวซีแลนด์นั้นมี ภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับฉากที่เห็นในภาพยนตร์ อีกทั้งนิวซีแลนด์ยังใช้ภาพยนตร์เรื่อง เดอะลอร์ด ออฟ เดอะ ริง เป็นแคมเปญเพื่อเป็นการโฆษณา นักท่องเที่ยวอีกด้วย

วอทเทอร์สัน (Watterson, 2010) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การประเมินความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการอนุรักษ์เชิงประวัติศาสตร์ในนิวเบิร์น รัฐนอร์ทแคโรไลนา โดยผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากทางชุมชน ความหลากหลายทางเศรษฐกิจ การจัดการแบบระยะยาวและการอนุรักษ์สิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทำให้เมืองนิวเบิร์นเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีความยั่งยืนมากกว่าเมืองอื่นๆ

ฮัดสัน หวาง และกิล (Hudson, Wang and Gil, 2011) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง อิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว: การศึกษาเปรียบเทียบความต่างทางวัฒนธรรม จะศึกษาถึงอิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีผลต่อรับรู้ของผู้ชมจากหลายหลายประเทศ โดยผลการวิจัยพบว่า ภาพยนตร์มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดของผู้ชม หลังจากชมภาพยนตร์แล้วคนส่วนใหญ่ปรารถนาอยากไปเยี่ยมชมประเทศที่เห็นจากภาพยนตร์ ความปรารถนาของผู้ชมที่อยากไปเที่ยวที่นั่นถูกกระตุ้นจากวิหิตทัศนทัศน์ภาพ และสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นๆ ตามที่ถ่ายทอดจากภาพยนตร์

หยาง (Yang, 2011) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่องผลกระทบของภาพยนตร์ต่อภาพลักษณ์สถานที่และความสนใจเยี่ยมชม โดยผลการวิจัยพบว่า ยิ่งผู้ชมภาพยนตร์มีความเคลิบเคลิ้มหรือหลงใหลในภาพยนตร์มากเท่าไร ก็จะทำให้มีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและสนใจที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นมากเท่านั้น ความคลั่งไคล้ในภาพยนตร์เป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดและความสนใจเยี่ยมชม อิทธิพลจากการหลงใหลภาพยนตร์นั้นมีความสำคัญมากกว่าอิทธิพลจากประเภทของภาพยนตร์ อีกทั้งความอึ้งอ้อมใจจากภาพยนตร์นั้นเป็นสื่อกลางสำคัญทำให้รู้สึกคุ้นเคยสถานที่ในเบื้องต้นกับภาพลักษณ์ของสถานที่อีกด้วย

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. เสนอผลการเทียบระดับความคิดเห็น

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ศึกษาเป็นประชากรชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรีและเคยชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 1-4 ภาคใดภาคหนึ่ง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่เคยชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จึงได้ใช้วิธีคำนวณสูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดย  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
 $P$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม มีค่าเท่ากับ 0.5  
 $Z$  = ความมั่นใจที่กำหนดหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96  
 $d$  = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

จากการคำนวณที่ได้ ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

ในการสุ่มตัวอย่าง จะได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน เพื่อป้องกันการสูญเสียและการผิดพลาดของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยจะเก็บข้อมูลจากในกรุงเทพมหานคร 200 คน และสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี 200 คน

การเก็บข้อมูลจากในกรุงเทพมหานครนั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบวิธีเชิงช่วงชั้น (Stratified sampling) โดยการกำหนดพื้นที่ที่ต้องการศึกษา (วัชรกรณ์ ชิวโสภิญฐ และสุพรรณิ มังคะลี, 2542) จากการแบ่งเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต ออกเป็น 3 กลุ่ม ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ดังนี้

1. เขตชั้นใน มีทั้งหมด 14 เขต คือ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตวังทองหลาง เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตดินแดง

2. เขตชั้นกลาง มีทั้งหมด 26 เขต คือ เขตยานนาวา เขตประเวศ เขตสาทร เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตบางนา เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางเขน เขตสายไหม เขตดอนเมือง เขตบางคอแหลม เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตจตุจักร เขตหลักสี่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ และเขตสวนหลวง

3. เขตชั้นนอก มีทั้งหมด 10 เขต คือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และเขตหนองแขม

ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากเขตต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์ประชากรที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร คือ จำนวน 200 คน ใช้กลุ่มตัวอย่าง 15-30% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ได้ 10 เขตการปกครอง จากทั้งหมด 50 เขตการปกครอง คิดเป็นร้อยละ 20 ของเขตการปกครองทั้งหมด ซึ่งจะได้สัดส่วนของเขตการปกครองแต่ละกลุ่มเขต ดังนี้

1. สัดส่วนจากเขตชั้นใน คำนวณจาก  $(14 \times 10)/50 = 3$  เขต
2. สัดส่วนจากเขตชั้นกลาง คำนวณจาก  $(26 \times 10)/50 = 5$  เขต
3. สัดส่วนจากเขตชั้นนอก คำนวณจาก  $(10 \times 10)/50 = 2$  เขต

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ( Simple random sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก (วัชรภรณ์ ชิวโสภิชฐ และสุพรรณิ มังคะลี, 2542) เพื่อเลือกตัวแทนในแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนที่คำนวณได้ในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้

1. เขตชั้นใน มี 3 เขต คือ เขตปทุมวัน เขตพญาไท และเขตราชเทวี
2. เขตชั้นกลาง มี 5 เขต คือ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตจตุจักร เขตภาษีเจริญ และเขตสวนหลวง

3. เขตชั้นนอก มีทั้งหมด 2 เขต คือ เขตมีนบุรี และเขตจอมทอง

3. ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ( Convenience sampling) ซึ่งกำหนดสัดส่วนการแจกแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่เท่า ๆ กัน (วัชรภรณ์ ชิวโสภิชฐ และสุพรรณิ มังคะลี,



2542) โดยแจกแบบสอบถามเขตละ 20 ชุด และจะทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ราชการ หน่วยงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า และในย่านชุมชนต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลมีการกระจาย มากที่สุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิด เอกสารข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเป็นลักษณะข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open ended)

### การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ( Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไป ทดสอบหาความตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

1.หาความตรง ( Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา ( Content validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) ของแบบสอบถาม ตามสูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์  
 $\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด  
 $N$  คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังนี้

+1 หมายความว่า มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้อง

0 หมายความว่า ไม่มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้อง

-1 หมายความว่า มั่นใจว่าแบบสอบถามไม่มีความสอดคล้อง

ซึ่งคำนวณได้ค่า IOC เท่ากับ 0.81 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข  
 ก่อนนำไปทดลองใช้

2.การหาค่าความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ  
 (Try out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อ  
 ตรวจสอบหาความเที่ยงของแบบสอบถามแล้ววิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค  
 (Cronbach's alpha coefficient) ตามสูตรดังนี้ (ยูทช ไทวอร์รณ และ กุสุมา ผลาพรม, 2553)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2}\right)$$

โดยที่  $\alpha$  คือ สัมประสิทธิ์อัลฟา

$K$  คือ จำนวนข้อคำถาม

$\sum S_i^2$  คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$S^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ซึ่งได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.860

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ทำการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง เดือนมกราคม 2556 ทั้งหมด 400 ชุด ตั้งแต่วันพุธ-วันอาทิตย์ เวลา 10.00 - 19.00 น. วันละ 20 ชุด บริเวณกรุงเทพมหานคร 200 คน จากทั้งหมด 10 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตจตุจักร เขตภาษีเจริญ เขตสวนหลวง เขตมีนบุรี และเขตจอมทอง และสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่ถ่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี 200 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

2. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามทั้งหมด

2. การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้

3. การประมวลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึกโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาค่าทางสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล

4. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด ภาคของภาพยนตร์ที่เคยรับชม และเหตุผลที่เลือกรับชมภาพยนตร์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. วิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

6. วิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว นำข้อมูลวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และแบบสอบถามในส่วนที่เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open ended) เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ นำข้อมูลมาเขียนอธิบายประเด็น

7. เปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศโดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที ( t-test) เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูล 2 ชนิด ส่วนการเปรียบเทียบระหว่างอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ( One - way analysis of variance: ANOVA) ด้วยการทดสอบค่าเอฟ ( F-test) เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูล 2 ชนิดขึ้นไป ถ้าผลการทดสอบค่าเอฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ การวิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05 จากนั้นจึงนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

#### เกณฑ์การเทียบระดับความคิดเห็น

โดยแบบสอบถามในตอนี่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจะมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert, 1967)

คะแนน ระดับความคิดเห็น

5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 เห็นด้วย

3 ไม่มีความเห็น

2 ไม่เห็นด้วย

1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น (ยุทท ไกยวรรณ และ กุสุมา ผลาพรม, 2553) ดังนี้

$$\begin{aligned} \frac{\text{อันตรภาคชั้น}}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (\text{Class interval}) &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เมื่อได้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) แล้วนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น

4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ไม่มีความเห็น
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนที่ได้จากเกณฑ์ดังกล่าวจะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยเรื่อง “การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์” ผู้วิจัยได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอตารางในรูปแบบประกอบความเรียง ดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
- องค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยว
- ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

#### ผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล นำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ดังนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-8

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	166	41.50
หญิง	234	58.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.50

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	154	38.50
31-40 ปี	136	34.00
41-50 ปี	68	17.00
51-60 ปี	35	8.75
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	146	36.50
พนักงานบริษัทเอกชน	85	21.25
นักศึกษา	79	19.75
ธุรกิจส่วนตัว	41	10.25
รับจ้าง	24	6.00
แม่บ้าน	15	3.75
เกษียณ	5	1.25
อื่น ๆ	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.50

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	124	31.00
10,001-20,000 บาท	157	39.25
20,001-30,000 บาท	63	15.75
30,001-40,000 บาท	20	5.00
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00



ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	78	19.50
อนุปริญญา / ปวส.	85	21.25
ปริญญาตรี	186	46.50
สูงกว่าปริญญาตรี	51	12.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.50

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาคของภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่เคยชม (เลือกได้มากกว่า 1 ภาค)

ภาคที่เคยชม	จำนวน	ร้อยละ
ภาค 1	337	36.00
ภาค 2	259	27.70
ภาค 3	198	21.20
ภาค 4	141	15.10

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชภาคที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกรับชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลที่เลือกรับชมภาพยนตร์ เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อได้แง่คิด / เนื้อหาสาระ	222	42.45
เพื่อความบันเทิงสนุกสนาน	175	33.46
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	87	16.63
เพื่อใช้ในการเข้าสังคม/เป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวัน	21	4.02
รับชมตามกระแสนิยม	18	3.44

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อได้แง่คิด / เนื้อหาสาระ คิดเป็นร้อยละ 42.45

**ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว**

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปราบกฎผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 8-11

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเนื้อเรื่อง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.63	0.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ	4.35	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เนื้อเรื่องมีสาระให้แง่คิดและความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	4.47	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่	4.33	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้อรรถรส	4.30	0.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกองค์ประกอบ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านนักแสดง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.41	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
นักแสดงแสดงสมบทบาทที่ได้รับและถ่ายทออารมณ์ได้เป็นอย่างดี	4.36	0.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย	4.39	0.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย	4.27	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง	4.30	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การแสดงของนักแสดงสมทบชาย	4.24	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การแสดงของนักแสดงสมทบหญิง	4.24	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกองค์ประกอบ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านฉาก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ฉากสู้รบมีความเสมือนจริง	4.48	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ฉากยิ่งใหญ่ อลังการ มีการลงทุนสูง	4.50	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
อุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น	4.47	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสมและสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี	4.41	0.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุล	4.46	0.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกองค์ประกอบ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเสียง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ได้อย่างดี	4.38	0.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียงฝีเท้าม้า เสียงต่อสู้ เหมาะกับฉากแต่ละฉาก	4.41	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ	4.32	0.68	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดี	4.33	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกองค์ประกอบ

## องค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปราบกฎผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.เมื่อท่านเห็นฉากในภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ท่านอยากไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอยภาพยนตร์	4.32	0.75	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.เมื่อดูภาพยนตร์แล้วทำให้ท่านเกิดความรู้สึกรักชาติ หวังเห็นในแผ่นดินจนทำให้อยากท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์	4.33	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.ท่านต้องการเรียนรู้และสัมผัสสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลังจากชมภาพยนตร์	4.20	0.82	เห็นด้วย
4.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีรูปแบบที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม	4.23	0.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5.บุคคลรอบข้างที่ดูภาพยนตร์เรื่องนี้แนะนำให้ท่าน ไปท่องเที่ยวในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์	4.14	0.83	เห็นด้วย

ตารางที่ 12 (ต่อ)

องค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
6.สื่อหรือโฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์ดังกล่าวที่ท่านได้รับบ่อย ๆ มีผลทำให้ท่านอยากไปเที่ยวตามสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์	4.15	0.76	เห็นด้วย
7. หลังจากได้รับชมภาพยนตร์แล้วทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวของตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเพิ่มขึ้นจนกระตุ้นให้ท่านอยากไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว	4.26	0.74	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
8. การชมภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทำให้ท่านอยากไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยภาพยนตร์มากกว่าการที่ท่านอ่านจากหนังสือประวัติศาสตร์ที่บรรยายเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว	4.25	0.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ยกเว้น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบท่านต้องการเรียนรู้และสัมผัสสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลังจากชมภาพยนตร์ บุคคลรอบข้างที่ดูภาพยนตร์เรื่องนี้แนะนำให้ท่านไปท่องเที่ยวในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ และสื่อหรือโฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์ดังกล่าวที่ท่านได้รับบ่อย ๆ มีผลทำให้ท่านอยากไปเที่ยวตามสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่อยู่ในระดับเห็นด้วย



## ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ภาพยนตร์นำเสนอและปลูกฝังคนรุ่นหลังให้สำนึกถึงการรักษาดินมากที่สุด นอกจากนี้ยังสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นสร้างเฉพาะเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญและไม่ควรมีภาคเยาะเย้ยไป

## การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ โดยผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) ส่วนอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้วิจัยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: ANOVA) ด้วยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ถ้าผลการทดสอบค่าเอฟ (F-test) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 จากนั้นจึงนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ดังตารางที่ 13-28

### 1. การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างเพศ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ ด้านเนื้อเรื่อง	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.69	0.55	4.59	0.53	-1.881	0.061
การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ	4.34	0.69	4.36	0.52	-0.341	0.733
เนื้อเรื่องมีสาระให้แง่คิดและความรู้ด้าน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	4.44	0.65	4.48	0.52	-0.713	0.476
การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญ ของสถานที่	4.31	0.68	4.34	0.58	-0.545	0.586
เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้รรถรส	4.28	0.75	4.31	0.59	-0.364	0.716

$P > 0.05$  ( $t_{0.05, 398} = 1.96$ )

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างเพศ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านนักแสดง	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.42	0.60	4.40	0.61	-0.394	0.694*
นักแสดงแสดงสมบทบาทที่ได้รับและถ่ายทอดอารมณ์ได้เป็นอย่างดี	4.31	0.54	4.39	0.55	-1.361	0.174*
เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย	4.27	0.68	4.47	0.56	-3.115	0.002*
ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย	4.25	0.65	4.28	0.61	-0.551	0.582*
ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง	4.30	0.65	4.29	0.63	-0.164	0.870*
การแสดงของนักแสดงสมทบชาย	4.16	0.69	4.29	0.61	-1.896	0.059*
การแสดงของนักแสดงสมทบหญิง	4.17	0.69	4.29	0.61	-1.863	0.063*

\* $P < 0.05$  ( $t_{0.05, 398} = 1.96$ )

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างเพศ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านฉาก	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ฉากผู้รับมีความเสมือนจริง	4.48	0.71	4.48	0.60	-0.015	0.988
ฉากยิ่งใหญ่ อลังการ มีการลงทุนสูง	4.49	0.64	4.50	0.56	-0.100	0.920
อุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น	4.43	0.62	4.50	0.57	-1.112	0.267
การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสมและสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี	4.40	0.66	4.42	0.59	-0.337	0.736
การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุล	4.43	0.65	4.47	0.56	-0.668	0.505

$P > 0.05$  ( $t_{0.05, 398} = 1.96$ )

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างเพศ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเสียง	เพศ				t	P
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ได้อย่างดี	4.37	0.67	4.38	0.65	-0.166	0.869
เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียง						
ฟี่เท้าม้า เสียงต่อสู้ เหมาะกับฉากแต่ละฉาก	4.43	0.62	4.39	0.60	-0.659	0.510
เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ	4.28	0.68	4.35	0.67	-1.067	0.287
ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้						
เป็นอย่างดี	4.30	0.67	4.35	0.63	-0.810	0.418

$P > 0.05$  ( $t_{0.05, 398} = 1.96$ )

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างอายุ

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างอายุ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเนื้อเรื่อง	อายุ										F	P
	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.62	0.52	4.68	0.55	4.62	0.57	4.49	0.51	4.71	0.49	1.012	0.401
2. การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ	4.38	0.54	4.41	0.59	4.24	0.71	4.23	0.55	4.14	0.69	1.709	0.147
3. เนื้อเรื่องมีสาระให้แง่คิดและความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	4.53	0.56	4.48	0.57	4.34	0.64	4.40	0.50	4.43	0.53	1.405	0.231
4. การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่	4.34	0.62	4.35	0.61	4.31	0.74	4.26	0.51	4.14	0.38	0.332	0.857
5. เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้อรรถรส	4.30	0.56	4.40	0.68	4.13	0.84	4.23	0.60	4.29	0.49	1.932	0.104

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างอายุเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างอายุ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านนักแสดง	อายุ										F	P
	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.39	0.63	4.46	0.61	4.37	0.54	4.31	0.63	4.57	0.53	0.728	0.574
2. นักแสดงแสดงสมบทบาทที่ได้รับและถ่ายทอดอารมณ์ได้เป็นอย่างดี	4.36	0.57	4.38	0.52	4.35	0.51	4.26	0.66	4.29	0.49	0.397	0.811
3. เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย	4.46	0.57	4.40	0.65	4.37	0.69	4.09	0.56	4.14	0.38	2.942	0.520
4. ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย	4.25	0.64	4.37	0.61	4.22	0.62	4.14	0.55	3.86	0.90	2.130	0.076
5. ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง	4.25	0.61	4.38	0.64	4.29	0.65	4.20	0.58	4.00	1.00	1.386	0.238
6. การแสดงของนักแสดงสมทบชาย	4.21	0.62	4.35	0.65	4.21	0.70	4.06	0.48	3.86	0.90	2.403	0.059
7. การแสดงของนักแสดงสมทบหญิง	4.23	0.63	4.32	0.64	4.16	0.68	4.17	0.57	4.00	1.00	1.064	0.374

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างอายุเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างอายุ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านฉาก	อายุ										F	P
	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ฉากผู้รับมีความเสมือนจริง	4.45	0.67	4.57	0.55	4.44	0.74	4.40	0.69	4.14	0.69	1.438	0.221
ฉากยิ่งใหญ่ อลังการ มีการลงทุนสูง	4.49	0.61	4.48	0.57	4.51	0.61	4.57	0.56	4.43	0.79	0.211	0.932
อุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น	4.47	0.62	4.54	0.54	4.47	0.56	4.31	0.63	4.00	0.58	2.305	0.058
การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสมและสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี	4.37	0.62	4.48	0.61	4.43	0.63	4.26	0.66	4.57	0.53	1.238	0.294
ผู้กำกับจัดองค์ประกอบแต่ละฉากอย่างมีศิลปะสวยงาม	4.42	0.59	4.54	0.58	4.43	0.63	4.34	0.59	4.43	0.79	1.217	0.303

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 1 9 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างอายุเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างอายุ

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเสียง	อายุ										F	P
	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ได้อย่างดี	4.34	0.64	4.49	0.67	4.29	0.73	4.31	0.58	4.14	0.38	1.712	0.146
เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียงฝีเท้าม้า-เสียงต่อสู้ เหมาะกับฉากแต่ละฉาก	4.42	0.60	4.49	0.60	4.34	0.64	4.26	0.61	4.14	0.38	1.782	0.132
เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ	4.33	0.65	4.40	0.74	4.25	0.68	4.17	0.51	4.00	0.58	1.450	0.217
ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดี	4.34	0.64	4.43	0.66	4.25	0.66	4.17	0.62	4.00	0.58	2.000	0.094

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างอายุเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเนื้อเรื่อง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										F	P
	น้อยกว่า 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		มากกว่า 40,000			
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาทขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	4.65	0.53	4.63	0.51	4.59	0.66	4.70	0.57	4.61	0.49	0.246	0.912
2. การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ	4.44	0.51	4.30	0.58	4.30	0.69	4.35	0.81	4.36	0.59	1.034	0.389
3. เนื้อเรื่องมีสาระให้แง่คิดและความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	4.54	0.56	4.43	0.58	4.40	0.55	4.35	0.75	4.56	0.50	1.359	0.247
4. การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่	4.37	0.59	4.32	0.59	4.44	0.62	4.05	0.76	4.17	0.77	2.318	0.057
5. เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้อรรถรส	4.35	0.54	4.30	0.62	4.38	0.68	4.15	0.99	4.06	0.89	1.881	0.113

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเนื้อเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านนักแสดง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										F	P
	น้อยกว่า 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		มากกว่า 40,000			
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาทขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.40	0.67	4.48	0.54	4.43	0.53	4.15	0.75	4.19	0.62	2.307	0.060
2. นักแสดงแสดงสมทบบาทที่ได้รับและถ่ายทออารมณ์ได้เป็นอย่างดี	4.38	0.55	4.38	0.54	4.40	0.49	4.25	0.55	4.17	0.65	1.499	0.202
3. เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย	4.49	0.56	4.36	0.61	4.43	0.56	4.20	0.77	4.14	0.80	2.244	0.070
4. ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย	4.29	0.60	4.33	0.59	4.17	0.75	4.00	0.73	4.22	0.54	1.768	0.134
5. ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง	4.31	0.61	4.34	0.59	4.27	0.75	4.10	0.79	4.19	0.62	0.963	0.428
6. การแสดงของนักแสดงสมทบชาย	4.28	0.62	4.28	0.59	4.21	0.81	3.95	0.76	4.08	0.55	1.882	0.113
7. การแสดงของนักแสดงสมทบหญิง	4.30	0.62	4.26	0.58	4.16	0.79	4.05	0.83	4.19	0.62	1.019	0.397

$P > 0.05$  ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านนักแสดงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านฉาก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										F	P
	น้อยกว่า 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		มากกว่า 40,000			
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาทขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ฉากสู้รบมีความเสมือนจริง	4.52	0.60	4.54	0.57	4.49	0.59	4.30	0.80	4.17	0.97	2.046	0.067
ฉากยิ่งใหญ่อลังการ มีการลงทุนสูง	4.52	0.60	4.53	0.55	4.48	0.56	4.35	0.81	4.39	0.64	0.803	0.524
อุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น	4.53	0.59	4.49	0.58	4.48	0.53	4.10	0.64	4.39	0.60	2.591	0.036*
การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสมและสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี	4.44	0.61	4.47	0.59	4.40	0.58	4.15	0.67	4.22	0.72	2.183	0.070
ผู้กำกับจัดองค์ประกอบแต่ละฉากอย่างมีศิลปะสวยงาม	4.46	0.59	4.54	0.57	4.46	0.59	4.05	0.69	4.31	0.62	3.762	0.005*

\*P < 0.05 ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 2 3 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านอุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น และด้านผู้กำกับจัดองค์ประกอบแต่ละฉากอย่างมีศิลปะสวยงามที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านฉากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ได้ผลดังตารางที่ 24-25

ตารางที่ 2 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบอุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้นเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 10,000 บาท	4.53	-	0.042	0.056	0.432*	0.143
10,001-20,000 บาท	4.49	-	-	0.014	0.390*	0.102
20,001-30,000 บาท	4.48	-	-	-	0.376*	0.087
30,001-40,000 บาท	4.10	-	-	-	-	-0.289
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	4.39	-	-	-	-	-

\*P<0.05

จากตารางที่ 2 4 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 0,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบอุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้นแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบ การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุลเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 10,000 บาท	4.46	-	-0.082	-0.001	0.410*	0.154
10,001-20,000 บาท	4.54	-	-	0.081	0.491*	0.236
20,001-30,000 บาท	4.46	-	-	-	0.410*	0.155
30,001-40,000 บาท	4.05	-	-	-	-	-0.256
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	4.31	-	-	-	-	-

\*P<0.05

จากตารางที่ 2 5 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 0,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ องค์ประกอบ การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุล แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบของภาพยนตร์ด้านเสียง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										F	P
	น้อยกว่า 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		มากกว่า 40,000			
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาทขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ได้อย่างดี	4.47	0.62	4.43	0.61	4.30	0.64	4.05	0.89	4.19	0.82	2.979	0.619
เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียงฝีเท้าม้า- เสียงต่อสู้ เหมาะกับฉากแต่ละฉาก	4.47	0.56	4.41	0.58	4.40	0.61	4.10	0.91	4.39	0.64	1.617	0.169
เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ	4.43	0.60	4.34	0.64	4.22	0.68	3.80	1.01	4.31	0.75	4.242	0.002*
ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดี	4.41	0.61	4.38	0.60	4.25	0.69	3.95	0.89	4.19	0.67	3.113	0.015*

\*P < 0.05 ( $F_{4, 395} = 2.39$ )

จากตารางที่ 2 6 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ และด้านดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ในด้านเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ได้ผลดังตารางที่ 27-28

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบเพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 10,001- 20,001- 30,001- มากกว่า				
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 10,000 บาท	4.43	-	0.083	0.205	0.627*	0.122
10,001-20,000 บาท	4.34	-	-	0.122	0.544*	0.038
20,001-30,000 บาท	4.22	-	-	-	0.422	-0.083
30,001-40,000 บาท	3.80	-	-	-	-	-0.506*
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	4.31	-	-	-	-	-

\*P<0.05

จากตารางที่ 2 7 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 0,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบเพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001-20,000 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับองค์ประกอบดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดีเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 10,000 บาท	4.41	-	0.029	0.157	0.461*	0.217
10,001-20,000 บาท	4.38	-	-	0.128	0.432*	0.188
20,001-30,000 บาท	4.25	-	-	-	0.304	0.060
30,001-40,000 บาท	3.95	-	-	-	-	-0.244
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	4.19	-	-	-	-	-

\*P<0.05

จากตารางที่ 28 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 0,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดีแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001-20,000 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ” นั้นเป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลของการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรไทยที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กองพลทหารราบที่ 9 ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรีและชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 1-4 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บข้อมูลจากในกรุงเทพมหานคร 200 คน และสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี 200 คน จำนวนทั้งหมด 400 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และองค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยว การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ได้ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content validity) ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.81 และนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ ( Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และองค์ประกอบของการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที ( t-test) และระหว่างอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ( One - way

analysis of variance: ANOVA) ด้วยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ถ้าผลการทดสอบค่าเอฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงจะทำการทดสอบความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

### สรุปผลการวิจัย

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 เคยชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชภาคที่ 1 จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.25 รับชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อได้แง่คิดและเนื้อหาสาระ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว

1. องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในด้านเนื้อเรื่องของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกข้อ คือ เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ( $\bar{x} = 4.63$ ) การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ ( $\bar{x} = 4.35$ ) เนื้อเรื่องมีสาระและให้แง่คิดและความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ( $\bar{x} = 4.47$ ) การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่ ( $\bar{x} = 4.33$ ) เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้บรรยากาศ ( $\bar{x} = 4.30$ )

องค์ประกอบในด้านนักแสดงของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกข้อ คือ รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง ( $\bar{x} = 4.41$ ) นักแสดงแสดงสม

บทบาทที่ได้รับและถ่ายทอดอารมณ์ได้เป็นอย่างดี ( $\bar{x} = 4.36$ ) เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย ( $\bar{x} = 4.39$ ) ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย ( $\bar{x} = 4.27$ ) ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง ( $\bar{x} = 4.30$ ) การแสดงของนักแสดงสมทบชาย ( $\bar{x} = 4.24$ ) การแสดงของนักแสดงสมทบหญิง ( $\bar{x} = 4.24$ )

องค์ประกอบในด้านฉากของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกข้อ คือ ฉากสู้รบมีความเสมือนจริง ( $\bar{x} = 4.48$ ) ฉากยิ่งใหญ่อลังการ มีการลงทุนสูง ( $\bar{x} = 4.50$ ) อุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น ( $\bar{x} = 4.47$ ) การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสมและสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี ( $\bar{x} = 4.41$ ) การจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุล ( $\bar{x} = 4.46$ )

องค์ประกอบในด้านเสียงของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกข้อ คือ เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ได้อย่างดี ( $\bar{x} = 4.38$ ) เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียงฝีเท้าม้า เสียงต่อสู้ เหมาะกับฉากแต่ละฉาก ( $\bar{x} = 4.41$ ) เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ ( $\bar{x} = 4.32$ ) ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดี ( $\bar{x} = 4.33$ )

## 2. องค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว

องค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ เมื่อท่านเห็นฉากในภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ท่านอยากไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอยภาพยนตร์ ( $\bar{x} = 4.32$ ) เมื่อดูภาพยนตร์แล้วทำให้ท่านเกิดความรู้สึกรักชาติ หวังเห็นในแผ่นดินจนทำให้อยากท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ( $\bar{x} = 4.33$ ) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีรูปแบบที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม ( $\bar{x} = 4.23$ ) หลังจากได้รับชมภาพยนตร์แล้วทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวของตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเพิ่มขึ้นจนกระตุ้นให้ท่านอยากไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ( $\bar{x} = 4.26$ ) การชมภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทำให้ท่านอยากไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยภาพยนตร์ มากกว่าการที่ท่านอ่านจากหนังสืออิงประวัติศาสตร์ที่บรรยายเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ( $\bar{x} = 4.25$ )

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายกับเพศหญิง

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบด้านเนื้อเรื่อง ระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. องค์ประกอบด้านนักแสดง ระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ยกเว้นด้านเครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับยุคสมัย

3. องค์ประกอบด้านฉาก ระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. องค์ประกอบด้านเสียง ระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านเนื้อเรื่องไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านนักแสดงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านฉากไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านเสียงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านเนื้อเรื่องไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านนักแสดงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านฉากแตกต่างกันในด้านอุปกรณ์ประกอบฉากมีความประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมในยุคนั้น และด้านการจัดองค์ประกอบรวมของฉากมีความสมดุลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านเสียงแตกต่างกันในด้านเพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมีความไพเราะ และด้านดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับเนื้อเรื่องได้เป็นอย่างดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว มีประเด็นที่นำมาอภิปรายดังนี้

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี เคยชมภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าสอดคล้องกับพฤติกรรมในปัจจุบันที่กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานช่วงต้น ( First jobber) จะใช้เวลาว่างในวันหยุดพักผ่อนไปกับการเดินห้างสรรพสินค้า และกิจกรรมที่ให้ความนิยมเมื่อไปห้างสรรพสินค้าของกลุ่มดังกล่าวคือ การชมภาพยนตร์ ซึ่งหากภาพยนตร์เรื่องใดที่มีเนื้อหาน่าสนใจ หรือสามารถสร้างให้เกิดกระแสความนิยมในวงกว้างได้ กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานช่วงต้นก็จะเลือกชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวมากกว่าภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ เช่นเดียวกับภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาว่าเป็นภาพยนตร์ที่มีการลงทุนสูง กำกับโดยผู้กำกับที่มีความสามารถ และมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ต้องการให้เกิดความสามัคคีภายในประเทศ ดังนั้น จึงทำให้ภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้รับความสนใจจากกลุ่มดังกล่าวเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนา คงวิทยาถาวร (2546) ที่พบว่าประชาชนที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่มีอายุ 18-27 ปี

องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

ผลการวิจัยขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกองค์ประกอบ โดยในข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านเนื้อเรื่อง คือ เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยมีความเห็นด้วยกับผลการวิจัย เพราะเนื้อหาของภาพยนตร์ที่น่าสนใจจะเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับสถานที่ต่าง ๆ ที่ปรากฏในฉาก ซึ่งอาจสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นราธิป จุ้ยจิตต์ ( 2551) ที่พบว่าองค์ประกอบด้านแสงและเสียงที่สมจริงที่ปรากฏในฉากต่าง ๆ ในภาพยนตร์ตัวอย่าง จะทำให้ภาพยนตร์มีความน่าสนใจและเกิดสุนทรียภาพชวนให้ติดตามรายละเอียดของภาพยนตร์ และ หยาง ( Yang, 2011) ที่พบว่า หากผู้ชมภาพยนตร์มีความเคลิบเคลิ้มหรือหลงใหลในภาพยนตร์มากเท่าไร ก็จะทำให้มีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและสนใจที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นมากเท่านั้น ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่าความคลั่งไคล้ในภาพยนตร์เป็นกลไกสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพล

ต่อความคิดและความสนใจเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำในฉากต่าง ๆ ของภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังอาจสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟรอส (Frost, 2004) ที่พบว่า การชมภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Ned Kelly ความสนใจที่จะท่องเที่ยวเกิดจากเนื้อเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มากกว่าสถานที่ที่ได้รับชมทางภาพยนตร์ ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จะถ่ายทำในสถานที่ที่น่าดึงดูดใจ แต่นั่นก็ไม่ใช่ปัจจัยคิดหลักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่เป็นเนื้อเรื่องอิงประวัติศาสตร์มากกว่าที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว

นอกจากการลำดับภาพและนำเสนอเนื้อเรื่องที่น่าสนใจแล้ว ความเป็นมาหรือที่มาของเนื้อเรื่องที่ตรงกับประสบการณ์ของผู้ชมจะทำให้ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ เข้าถึงผู้ชมได้ง่ายขึ้น ดังนั้น จึงทำให้เรื่องราวประวัติศาสตร์ถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์อย่างแพร่หลายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ดังกล่าวยังสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เห็นสถานที่และประเพณีวัฒนธรรมที่ปรากฏในฉากต่าง ๆ อีกด้วย โดยความคิดเห็นข้างต้นอาจสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฮัดสัน หวาง และกิล (Hudson, Wang and Gil, 2011) และผลการวิจัยของ ครายเจนแซง (Kraaijenzank, 2009) ที่มีผลการวิจัยใกล้เคียงกัน โดยพบว่า ภาพยนตร์ทำให้ผู้ชมปรารถนาอยากไปเยี่ยมชมประเทศที่เห็นจากภาพยนตร์ ความปรารถนาดังกล่าวถูกกระตุ้นจากวิทิวทัศน์ ทัศนียภาพ และสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตามที่ถ่ายทอดจากภาพยนตร์ ดังนั้น การสอดแทรกประเพณีที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ประกอบกับการเลือกทำเลที่ใช้ถ่ายทำในประเทศจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

### องค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว

ผลวิจัยการองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านเมื่อดูภาพยนตร์แล้วทำให้ท่านเกิดความรู้สึกรักชาติ หวังเห็นในแผ่นดินจนทำให้อยากท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นด้วยที่จะนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทยให้คนรุ่นใหม่ได้รับทราบผ่านทางภาพยนตร์ เพราะในอดีตจำเป็นต้องบอกเรื่องราวผ่านการจดบันทึกและอ่านเพียงอย่างเดียว ในขณะที่ปัจจุบันในปัจจุบันการสื่อสารถูกพัฒนาด้วยเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมากเกิดเป็นความหลากหลายของสื่อที่ทำให้บุคคลสามารถเลือกรับข้อมูลได้หลากหลายช่องทางนอกเหนือจากการอ่าน ประกอบกับนิสัย



ของคนไทยส่วนใหญ่ที่ชอบรับชม หรือรับฟังมากกว่า ดังนั้น การที่จะทำให้คนรุ่นใหม่และรุ่นต่อ ๆ ไปมีความรู้ทางประวัติศาสตร์ของชาติต้องอาศัยภาพยนตร์เป็นสื่อสำคัญที่จะเป็นตัวกลางในการบอกเล่าเรื่องราวด้วยภาพและเสียง สร้างความคล้อยตาม สร้างความภาคภูมิใจ เกิดความรู้สึกรัก ห่วงเห่น และความสามัคคีเพื่อให้ประเทศมีความมั่นคงเจริญก้าวหน้าต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของรังสิวุฒิ ทับทิมทอง (2549) ที่พบว่า ละครวิทยุอิงประวัติศาสตร์ทำให้รู้จักและเข้าใจใน ประวัติความเป็นมาของชาติ รู้ถึงรากเหง้าของตนเอง สังคม และประเทศชาติ สร้างความภาคภูมิใจ ในสิ่งที่บรรพบุรุษได้สั่งสมมาและเกิดความรู้สึก รัก ห่วงเห่น ก่อให้เกิดความสามัคคีตลอดจน ต้องการจะสร้างคุณงามความดีและสะท้อนให้เห็นถึงภูมิหลังของชนชาติเพื่อที่จะนำมาปรับใช้ใน ปัจจุบันและอนาคตต่อไป

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิง ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิง ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเนื้อเรื่อง ด้านนักแสดง ด้านฉาก และด้านเสียง ระหว่างเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยภาพรวม พบว่า ไม่มีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และทุกองค์ประกอบมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ กลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีความเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง เพราะ การสร้างภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง ๆ นั้น ต้องอาศัยทีมงานสร้างและการวางแผนที่มีประสิทธิผลสูง ไม่ ว่าจะเป็นการคัดเลือกนักแสดง การลำดับฉาก บทพูด แสง และสีที่ลงตัวและสอดคล้องกับเรื่องราว ที่เกิดขึ้นขณะนั้น จนทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามเรื่องราวที่น่าเสนอ ดังนั้น ถึงแม้ว่าการนำ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาสร้างเป็นภาพยนตร์จะเป็นการเริ่มต้นที่ดี แต่หากไม่มีการวิเคราะห์ ผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพยนตร์ ได้แก่ เนื้อเรื่อง นักแสดง ฉาก และเสียงที่ลงตัว ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวก็จะไม่ได้รับความนิยม และไม่สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกต้องการที่ จะท่องเที่ยวตามรอบภาพยนตร์อีกด้วย ซึ่งอาจสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุภินันท์ เปานิล (2551) ที่พบว่า เนื้อหาที่น่าเชื่อถือ ความเหมาะสมของภาพกราฟฟิก ความเหมาะสมของความยาว ของภาพยนตร์โฆษณาและแสง สี เสียงที่ใช้ทั้งหมดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในเชิงบวก อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยข้างต้นอาจไม่สอดคล้องกับ อินทิตรา ศรีชมภู (2549) ซึ่งพบว่า

องค์ประกอบของภาพยนตร์โฆษณาทางเทคนิคการนำเสนอ รูปแบบ และเนื้อหาที่แตกต่างกันนั้น ทำให้วัยรุ่นตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันตามลักษณะเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องดังกล่าวเนื่องมาจาก วัตถุประสงค์ของการสร้างภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน โดยภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ร่วมกันผ่านภาพและเสียงเพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้มากขึ้น หลังจากที่ได้รับความชม ในขณะที่ภาพยนตร์โฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายที่บริษัทต้องการเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การออกแบบ ภาพยนตร์โฆษณาให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เช่น หาก ต้องการนำเสนอสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มวัยรุ่น ก็อาจใช้เพลงที่ได้รับความนิยมและใช้การ แต่งตัวที่ทันสมัย ในขณะที่หากต้องการนำเสนอกลุ่มวัยทำงาน ก็ควรใช้การดำเนินเนื้อเรื่องใน ลักษณะของความเร่งรีบที่จะทำภารกิจต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

ผลการเปรียบเทียบผลการวิจัยกับแนวคิดเรื่องปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงในการ ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ของ มาซิโอนิส (Macionis, 2007)

จากผลการวิจัย “การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์” พบว่า องค์ประกอบด้านฉากมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์มากที่สุด เนื่องจากเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยรายข้อของ องค์ประกอบด้านฉากอยู่ระหว่าง 4.41 - 4.50 ซึ่งเป็นช่วงคะแนนที่มีการกระจายน้อย ในขณะที่ด้าน เนื้อหาซึ่งมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.63 - 4.30 จึงทำให้องค์ประกอบด้านฉากมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านเนื้อเรื่อง ด้านเสียง และด้าน นักแสดง ซึ่ง เมื่อทำการเปรียบเทียบกับแนวคิดเรื่องปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ของ มาซิโอนิส (Macionis, 2007) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ คือปัจจัยแรงดึงมากกว่าปัจจัยแรงผลักดัน โดยปัจจัยแรงดึง ได้แก่ องค์ประกอบด้านฉาก ด้านเนื้อเรื่อง ด้านเสียง และด้าน นักแสดง ในขณะที่ปัจจัยแรงผลักดัน ได้แก่ การต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ โดย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ปัจจัยแรงดึงมีอิทธิพลมากกว่า เนื่องมาจากกระบวนการสร้าง ภาพยนตร์ที่มีการวางแผนเป็นอย่างดี สามารถสร้างความต้องการในการรับชมให้เกิดขึ้นกับ ผู้บริโภคผ่านการนำเสนอฉากที่มีความยิ่งใหญ่สวยงาม การลำดับเนื้อเรื่องที่จูงใจให้ติดตาม เสียง

ประกอบที่ทำให้รู้สึกคล้อยตาม และนักแสดงที่สามารถบอกผ่านเรื่องราวได้อย่างดีเยี่ยม อย่างไรก็ตาม นอกจากองค์ประกอบของภาพยนตร์ที่เป็นปัจจัยแรงดึงดูดทั้ง 4 ด้านแล้ว ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้เกิดเป็นกระแสของภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจนต้องการที่จะไปท่องเที่ยวตามรอยในอนาคต

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. การสร้างภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ต้องอาศัยการบูรณาการขององค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อเรื่อง ด้านนักแสดง ด้านฉาก และด้านเสียง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าองค์ประกอบข้างต้นมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในระดับ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ในทุกองค์ประกอบ ซึ่งการบูรณาการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามภาพยนตร์และเกิดเป็นความประทับใจต่อสถานที่ถ่ายทำ กลายเป็นความสนใจที่จะไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นมากขึ้น

2. เนื่องจากการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์เรื่องสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกรักชาติ หวังเห็นในแผ่นดินและอยากท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์มากที่สุด ประกอบกับองค์ประกอบด้านฉากมีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ ดังนั้น การคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำต้องทำอย่างรอบคอบ เพราะต้องพิจารณาด้านเนื้อหาประกอบกันด้วย นอกจากนี้ หากต้องการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ก็สามารถทำได้โดยการนำสถานที่เหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์เพื่อสร้างระดับการรู้จักและกระตุ้นให้เกิดความต้องการไปท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านั้น

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมหาศาล ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่อย่างต่อเนื่องและนำเสนอสู่ประชาชนในประเทศและ

นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์มากมายมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่สามารถทำได้โดยการส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักเป็นฉากสำคัญในเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์

2. นอกจากภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์แล้ว รัฐบาลควรมีนโยบายในการจูงใจส่งเสริมให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศสามารถใช้สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยในการสร้างภาพยนตร์ด้วยการเสนอสิทธิพิเศษ เช่น สถานที่พักพิเศษสำหรับทีมงาน หรือการเข้าพบบุคคลสำคัญของประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ รัฐบาลอาจส่งตัวแทนจากกระทรวงการต่างประเทศไปยังประเทศที่มีการสร้างภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องและมักจะได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทั่วโลก เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาปัจจัยหลักซึ่งเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้รู้สึกอยากท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
2. การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม จิตวิทยา และกลุ่มอ้างอิง ฯลฯ

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กรมพระยาดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระยาศรีสุทธีจันทบุรี. พระประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช. กรุงเทพฯ: มติชน, 2546.

กฤษณ์วรรณ วรมิศรี. การเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.

การท่องเที่ยว, กรม. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา:

<http://tourism.go.th/2010/th/about/strategy.html> [2555, กันยายน 1]

คณะกรรมการกลุ่มผลิต. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาพนิ่งและภาพยนตร์. กรุงเทพฯ: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.

คลังปัญญาไทย. สื่อมวลชน. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.panyathai.or.th/> [2555, พฤษภาคม 30]

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

ชาติเรณูเฉลิม ยุคล, ม.จ. ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช. กรุงเทพฯ: ก.พล, 2550.

ฐานเศรษฐกิจ. มุมมองเทศกาลเที่ยวเมืองไทย. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา:

[http://www.thanonline.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=125449:2012-06-05-11-12-31&catid=136:a-tourism-&Itemid=448](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=125449:2012-06-05-11-12-31&catid=136:a-tourism-&Itemid=448) [2555,

สิงหาคม 17 ]

ฐิรชญา มณีเนตร. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการชุมชนท้องถิ่นจากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2551.

คู่ย์ ชุมสาย, ม.ล. ปฐมบทแห่งวิชาการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2527.

- ทรงพล วงษ์คนดี. พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ทศพล ชื่นอุปการนันท์. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรี อย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.
- ชนธรณ์ ฤทธิ์ถักกล. การประกอบสร้างความหมายในภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- นพเกล้า ยิ้มสถาน. อิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2553.
- นราธิป จุ้ยจิตต์. ภาพยนตร์ตัวอย่างกับการตัดสินใจชมของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551.
- นิพนธ์ คุณารักษ์. ภาษาภาพยนตร์: องค์ประกอบของภาพยนตร์. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://niponku.blogspot.com/2009/10/03.html> [2555, มิถุนายน 27]
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด, 2548.
- ประชาไท. เก็บตกเสวนา: ถึงเวลานับ “ภาพยนตร์” เป็น “สื่อมวลชน”. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา : <http://prachatai.com/journal/2007/04/12478> [2555, มิถุนายน 12]
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553.
- พรภัสสร ปริญญาญกุล. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <http://www.slideshare.net/akira8151/ss-10760957> [2555, ธันวาคม 8]

- พิชาวีร์ ศักดิ์ทวีพิชากุล. ทัศนคติ พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554.
- ยุทธ ไถยวรรณ และกุสุมา ผลาพรหม. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ, 2553.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. นักสร้าง สร้างหนัง หนังสือ. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. เสกฝัน ปั่นหนัง บทภาพยนตร์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- รังสิวุฒิ ทับทิมทอง. การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้และอุดมการณ์ชาตินิยมสู่คนรุ่นใหม่ผ่านละครวิทยุอิงประวัติศาสตร์คณะรังสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- โรจน์ จินตมาศ. ข้อเสนอเรื่องการจำแนกประเภทภาพยนตร์ประวัติศาสตร์. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://iseehistory.socita.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538711054> [2556, กุมภาพันธ์ 17]
- วรรณ วลัยวานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- วัชรภรณ์ ชิวโสภิญฐ และสุพรรณิ มั่งคะลี. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- วัฒนธรรม, กระทรวง. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๘. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: <http://www.m-culture.go.th/policy/ckfinder/userfiles/files/SLPW/Asian.pdf> [2556, กุมภาพันธ์ 9]
- วัฒนา คงวิทยาถาวร. บทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- วิกิพีเดีย, สารานุกรม. ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org> [2556, เมษายน 16]
- วิกิพีเดีย, สารานุกรม. รายชื่อภาพยนตร์ไทยที่ทำเงินในประเทศไทยสูงสุด. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org> [2556, เมษายน 13]

- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2537.
- โศรยา หอมชื่น และณัฐริรา อ่ำพลพรรณ. อิทธิพลของภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ต่อการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: <http://etatjournal.com/web/download-zone/64-download-zone/dl-etatjournal/426-dl-etatjournal-32550> [2555, มิถุนายน 12]
- สงขลานครินทร์, มหาวิทยาลัย. วิทยาเขตหาดใหญ่. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. [ออนไลน์]. ม.ป.ป. แหล่งที่มา: [http://southnetwork.psu.ac.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=166&Itemid=255](http://southnetwork.psu.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=166&Itemid=255) [2556, กุมภาพันธ์ 27]
- สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สาลิน ตั้งชูรัตน์. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อความสนใจประวัติศาสตร์ไทยของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครกรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง สุริโยไท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สิริฎา เกตุเยี่ยม. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. การสร้างสรรคและการผลิตภาพยนตร์เบื้องต้น. เล่มที่ 1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. ความรู้ทั่วไปในการผลิตภาพยนตร์ ในเอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- สุภินันท์ เปานิล. ภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551.
- สุวีร์รัตน์ เตหาทวิธรรม. เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. : มหาวิทยาลัยขอนแก่น ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิชาการจัดการ, 2545.
- สุวีร์ณัสน์ โสภณศิริ. การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: อินทนิล, 2554.



- หฤทัย บุญวงศ์โสภณ. โรงถ่ายนเรศวร ตามรอย...นเรศวร ถึงโรงถ่ายทำภาพยนตร์. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: <http://www.thailandmagg.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=413130&Ntype=4> [2555, สิงหาคม 19]
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่น่าสนใจ. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.dasta.or.th> [2555, มีนาคม 26]
- อดิศร ศักดิ์สูง. ประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. สงขลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2554.
- อินทรา ศรีชมภู. ภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของวัยรุ่นในเขตบางกะปิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549.

### ภาษาอังกฤษ

- Bayer, W. The great movies. Littlehampton Book Services, 1973.
- Beeton, S. Film-induced tourism. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2005.
- Bolan, P. and Williams, L. The role of image in service promotion: Focusing on the influence of film on consumer choice within tourism. International Journal of Consumer Studies 32 (2008): 382-390.
- Bruce, A. A. Immediate seating: A look at movie audiences. California: Wadsworth, 1989.
- Burgoyne, R. The Hollywood historical film. Malden, MA: Blackwell, 2008.
- Cochran, W.G. Sampling techniques. Experimental Designs. New York, 1953.
- Couldry, N. The view from inside the 'Simulacrum': Visitors' tales from the set of Coronation street. Leisure Studies 17 (1998): 94-107.
- Crompton, J. L. and McKay, S. L. Motives of visitors attending festival events. Annals of Tourism Research 24, 2 (1997): 425-439.
- Dann, G. M. S. Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of Tourism Research 8 (1977): 187-219.
- Frost, W. Historic films and destination image in Australia and the American West: A comparative study of Ned Kelly and High Noon[CD-ROM]. Brisbane, Australia: Paper presented at the Creating Tourism Knowledge. CAUTHE Conference Proceeding, 2004.

- Gjorgievski, M. and Sinolicka, T. M. Movie induced tourism: A new tourism phenomenon. UTMS Journal of Economics, 2012.
- Gollin, R. M. A viewer's guide to film. USA: McGraw Hill, 1992.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. and Coney, K.A. Consumer behavior: Building marketing strategy. 9 ed. Boston: Mcgraw Hill, 2004.
- Herlihy, D. Am I a camera? Other reflections on films and history. American Historical Review 93 (5 1988): 1192.
- Hudson, S. and Ritchie, B. J. Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. Journal of Vacation Marketing 12 (3 2006b): 256-268.
- Hudson, S. and Ritchie, B. J. Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. Journal of Travel Research 44 (May 2006a): 387-396.
- Hudson, S., Wang, Y. and Gil, S. M. The influence of a film on destination image and the desire to travel: A cross-cultural comparison. International Journal of Tourism Research 13 (2011): 177-190.
- Kim, H. and Richardson, S. Motion picture impacts on destination images. Annals of Tourism Research 30 (1 2003): 216-237.
- Klenosky, D. The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. Journal of Travel Research 40 (4 2002): 385-395.
- Kraaijenzank, M. Movie-induced tourism. Master's Thesis. Tourism. Aalborg University, 2009.
- Li, M., Cai, L. A., Lehto, X. Y. and Huang, J. A missing link in understanding revisit intention- The role of motivation and image. Journal of Travel & Tourism Marketing 27 (2010): 335-348.
- Likert, R. The method of constructing and attitude scale. reading in attitude, theory, and measurement. New York: Wiley & Son, 1967.
- Macionis, N. Film-induced tourism: The role of film as a contributor to the motivation to travel to a destination. Doctoral dissertation, Philosophy, Griffith Business School, Griffith University, 2007.
- McCracken, G. Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. Journal of Consumer Research 16 (December 1989)

- Mill, R. C. Tourism the international business. New Jersey: Prentice Hall, 1990.
- Riley, R. and Van Doren, C. Movie as tourism promotion: A push factor in a pull location. Tourism Management (September 1992): 267-274.
- Rogers, B. R. Film as a historical text: Exploring the relationship between film and history through the life and reign of Elizabeth I. Research Honors Program, Department of History, Marietta College, 2008.
- Rosenstone, R. A. The historical film: Looking at the past in a postliterate age. The historical film: History and memory in media. edited by Marcia Landy, New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press, 2001.
- Smith, V. Hosts and guest. Philadelphia University of Pennsylvania Press, 1977.
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E. and Uysal, M. Modeling Iso-Aloha's motivation theory in the tourism context. Journal of Travel Research 45 (2006): 140-149.
- Till, B. and Shimp, T. Endorsers in advertising: The case of negative celebrity information. Journal of Advertising xxvii (1 1998)
- Tooke, N. and Baker, M. Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations. Tourism Management 17 (2 1996): 87-94.
- Toplin, R. B. History by Hollywood: The use and abuse of the American past. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1996.
- Watterson, J. M. Evaluating the sustainability of heritage tourism and historic preservation in New Bern, North Carolina. Master's Thesis, Department of Geography, East Carolina University, 2010.
- Yang, F. Movies' impact on place images and visitation interest: A product placement perspective. Doctoral dissertation, Communication Arts and Sciences-Media and Information Studies, Michigan State University, 2011.

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ คณะเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.อัญญา นิลนพคุณ คณะวิทยาการการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุศลวิชิตชัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์วาทวิมล เดชเกตุ คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยรังสิต

คุณดวงใจ กาญจธีรานนท์ การตลาดเอเชียตะวันออก  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาคผนวก ข  
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๘๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอร้องเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ สุจิตตานนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถามองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ

ด้วย นางสาวธัญญา พันธ์ภูมิ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ” (ELEMENTS OF THAI HISTORICAL FILM-INSPIRED TOURISM DECISION)” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คนบตี

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทาน.....

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐





ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๓๓

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถามองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ

ด้วย นางสาวฐานิตา พันธุ์มณี นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ" (ELEMENTS OF THAI HISTORICAL FILM-INSPIRED TOURISM DECISION)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คณบดี

ว่าง	.....
พิมพ์	.....
ตรวจ	.....
ทาน	.....

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๕๐  
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ วันที่ ตุลาคม ๒๕๕๕  
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลราชวิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถามองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ

ด้วย นางสาวฐานิตา พันธุ์มณี นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ELEMENTS OF THAI HISTORICAL FILM-INSPIRED TOURISM DECISION)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)  
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทวน.....



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๓๓

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์วาทิมล เดชเกตุ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒. แบบสอบถามองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ

ด้วย นางสาวธัญฉิลา พันธุ์มณี นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แห่งวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจ" (ELEMENTS OF THAI HISTORICAL FILM-INSPIRED TOURISM DECISION)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คณบดี

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทวน.....

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๕๒๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๐ ตุลาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นางดวงใจ กาญจธีรานนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วยนางสาวฐานิตา พันธุ์มณี นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "อิทธิพลของภาพยนตร์ไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (THE INFLUENCE OF THAI MOVIES ON CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM DECISION)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทิวราภรณ์)

คณบดี

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ.....
ทาน.....

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ภาคผนวก ค  
แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

เรื่อง การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

---

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อให้การศึกษาวิจัยสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงและครบทุกตอนทุกข้อ โดยข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับ

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณทุกท่าน

นางสาว ฐานิตา พันธุ์มณี

ผู้วิจัย

## แบบสอบถาม

เรื่อง การชมภาพยนตร์ไทยอิงประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย  ใน  ให้ตรงกับความเป็นจริง

## 1. เพศ

ชาย       หญิง

## 2. อายุ

20-30 ปี       31-40 ปี       41-50 ปี       51-60 ปี

มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

## 3. อาชีพ

นักศึกษา       ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ       พนักงานบริษัทเอกชน       รับจ้าง

ธุรกิจส่วนตัว       แม่บ้าน       เกษียณ       อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท       10,001-20,000 บาท       20,001-30,000

บาท

30,001-40,000 บาท       มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

## 5. ระดับการศึกษาสูงสุด

มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า       อนุปริญญา / ปวส.       ปริญญาตรี       สูงกว่าปริญญาตรี

## 6. ท่านชมภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชภาคใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ภาค1       ภาค2       ภาค3       ภาค4

7.เหตุผลที่ท่านเลือกรับชมภาพยนตร์ เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

- เพื่อความบันเทิงสนุกสนาน     เพื่อผ่อนคลายความเครียด     เพื่อได้แง่คิด/ เนื้อหาสาระ  
 เพื่อใช้ในการเข้าสังคม/เป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวัน     รับชมตามกระแสนิยม  
 อื่นๆโปรดระบุ.....

**ตอนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว**

คำชี้แจง: กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ที่ระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบภาพยนตร์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

องค์ประกอบของภาพยนตร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<b>1.เนื้อเรื่อง</b>					
1.1 เป็นเรื่องราวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์					
1.2 การดำเนินเรื่องสนุก น่าสนใจ					
1.3 เนื้อเรื่องมีสาระ ให้แง่คิดและความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม					
1.4 การนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสถานที่					
1.5 เนื้อเรื่องมีการแต่งเติมเพื่อให้ได้บรรยากาศ					
<b>2.นักแสดง</b>					
2.1 รูปร่าง หน้าตาของนักแสดงเหมาะสมกับเนื้อเรื่อง					



องค์ประกอบของภาพยนตร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2.2 นักแสดงแสดงสมบทบาทที่ ได้รับและถ่ายทออารมณ์ได้เป็น อย่างดี					
2.3 เครื่องแต่งกายสมจริง เข้ากับ ยุคสมัย					
2.4 ชื่อเสียงของนักแสดงนำชาย					
2.5 ชื่อเสียงของนักแสดงนำหญิง					
2.6 การแสดงของนักแสดง สมทบชาย					
2.7 การแสดงของนักแสดง สมทบหญิง					
<b>3.ฉาก</b>					
3.1 ฉากสู้รบมีความเสมือนจริง					
3.2 ฉากยิ่งใหญ่ อลังการ มีการ ลงทุนสูง					
3.3 อุปกรณ์ประกอบฉากมีความ ประณีตและสื่อถึงวัฒนธรรมใน ยุคนั้น					
3.4 การตัดต่อลำดับภาพเหมาะสม และสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี					
3.5 การจัดองค์ประกอบรวมของฉาก มีความสมดุล					

องค์ประกอบของภาพยนตร์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<b>4.เสียง</b>					
4.1 เสียงของนักแสดงแสดงอารมณ์ ได้เป็นอย่างดี					
4.2 เสียงประกอบ/เสียงบรรยากาศ เช่น เสียงฝีเท้าม้า, เสียงต่อสู้ เหมาะสมกับฉากแต่ละฉาก					
4.3 เพลงประกอบทำนอง เนื้อร้องมี ความไพเราะ					
4.4 ดนตรีประกอบภาพยนตร์เข้ากับ เนื้อเรื่อง ได้เป็นอย่างดี					

### ตอนที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการตัดสั่นใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง: กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ที่ระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบการตัดสั่นใจท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการตัดสั่นใจ เดินทางท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1.เมื่อท่านเห็นฉากในภาพยนตร์ ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ท่านอยากไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ตามรอย ภาพยนตร์					

องค์ประกอบของการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. เมื่อดูภาพยนตร์แล้วทำให้ท่านเกิด ความรู้สึกรักชาติ หวังเห็นใน แผ่นดินจนทำให้อยากท่องเที่ยว สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์					
3. ท่านต้องการเรียนรู้และสัมผัส สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลังจากชม ภาพยนตร์					
4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์มีรูปแบบที่แตกต่าง จากการท่องเที่ยวแบบเดิม					
5. บุคคลรอบข้างที่ดูภาพยนตร์เรื่อง นี้แนะนำให้ท่านไปท่องเที่ยวใน สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์					
6. สื่อหรือโฆษณาเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ดังกล่าวที่ท่านได้รับ บ่อยๆมีผลทำให้ท่านอยากไปเที่ยว ตามสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์					
7. หลังจากได้รับชมภาพยนตร์แล้ว ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ เรื่องราวของตำนานสมเด็จพระ นเรศวรมหาราชเพิ่มขึ้นจนกระตุ้น ให้ท่านอยากไปท่องเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว					

องค์ประกอบของการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. การชมภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทำให้ท่านอยากไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยภาพยนตร์ มากกว่าการที่ท่านอ่านจากหนังสืออิงประวัติศาสตร์ที่บรรยายเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว					



ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

 ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวฐานิตา พันธุ์มณี เกิดวันที่ 18 สิงหาคม 2528 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### ประวัติการศึกษา

- เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2554
- จบการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551