

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ณัฐพัชร กาญจนรัตน์ และ กุลพิชญ์ โกโดยอุดม

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Received: 19 April 2562 / Revised: 21 May 2563 / Accepted: 8 July 2563

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง และแบบโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีความตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.76 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ Independent Sample t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และ ด้านกิจกรรม (Activities) ตามลำดับ

2. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสนใจ

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต เนื่องจากต้องการได้รับความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.90) รองลงมา คือ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิตที่มีความโดดเด่นสวยงาม ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 1.11) มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 1.20) มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 1.11) และมีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.33) ตามลำดับ

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มีเพียงด้านเดียว คือ ด้านอายุ

4. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มี 2 องค์ประกอบ คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

สรุปผลการวิจัย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านช่วงอายุที่ต่างกันส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิตแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ รายได้ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต ไม่แตกต่างกัน สำหรับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต ด้านแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว/การท่องเที่ยวเชิงโยธาทอดิต/ความสนใจของนักท่องเที่ยว

COMPONENTS OF TOURISM AFFECTING THE INTEREST IN NOSTALGIC TOURISM OF THAI TOURISTS BASED IN BANGKOK

Natthaphat Kanjanaratana and Gulapish Pookaiyudom

Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

Received: 19 April 2019 / Revised: 21 May 2020 / Accepted: 8 July 2020

Abstract

Purpose To study components of tourism include Attraction, Accessibility, Activity and Amenity which affect the interest in nostalgic tourism of Thai tourists who live in Bangkok and to compare their demographic attributes: gender, age, education level and income

Methods The sample consisted of 440 Thai tourists who were 20 years old and above, live in Bangkok in the districts of Chatuchak, Bang Khen, Sai Mai and Bang Khae, and were experienced in visiting nostalgic tourism destinations. This research adopted a purposive and quota sampling technique using questionnaires as the main method to collect data with the IOC of 0.76 and coefficient alpha at 0.92. This study also applied statistical data analyses such as the frequency, percentage, mean and standard deviation. The data were also analysed using One-Way ANOVA and multiple linear regression with statistical significance at 0.05

Results

1. The sample had a high level of opinion towards overall tourism component ($\bar{X} = 3.75$, S.D.= 0.37). When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was attraction, followed by amenities, accessibilities, and activities, respectively.

2. The sample had a high level of interests in nostalgic tourism ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.58). When individual

aspects were considered, an aspect with the highest mean was interests in nostalgic tourism due to the needs for nostalgic feeling and experience ($\bar{X} = 4.22$, S.D.= 0.90), followed by the needs for taking photos in outstanding and beautiful nostalgic tourist sites ($\bar{X} = 4.20$, S.D.= 1.11), the needs for building the relationships with family members or friends ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 1.20), the needs for temporarily escaping from disturbances ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 1.11) and the needs for learning activities and traditional culture ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 1.33), respectively.

3. A demographic factor influencing tourists' interests in nostalgic tourism was age with a statistical significance level of .05

4. Two components of tourism influencing tourists' interests in nostalgic tourism were attraction and amenity with a statistical significance level of .05

Conclusion Different demographic age affected different interests in nostalgic tourism, while Thai tourists who have different gender, income and education level had no difference in interest in nostalgic tourism. Moreover, the attraction and amenity components of nostalgic tourism were the main factors that affected Thai tourists who are interested in nostalgic tourism.

Key Words: Tourism/Nostalgic tourism/Tourist interest

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญกับเศรษฐกิจในประเทศมาโดยตลอด ไม่เพียงแต่การท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวนานาชาติ แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวภายในประเทศด้วยเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2561 รัฐบาลไทยโดยคณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ มีมติให้เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” หรือ “Amazing Thailand Tourism Year 2018” (Tourism Authority of Thailand, 2017: Online) ซึ่งจะพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสูงขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสูงถึง 206 ล้านคน (Ministry of Tourism and Sports, 2018: Online)

นอกจากความสวยงามของลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว (Tourism Authority of Thailand, 2017: Online) ในปัจจุบันได้เกิดกระแสการโยกย้ายถิ่นของผู้คนมากขึ้น โดยเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ ได้อธิบายถึงกระแสที่เห็นได้จากการสร้างนวนิยาย ละคร ดนตรี ศิลปะ การแสดง การแต่งกาย รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงความเป็นอดีต ทำให้ผู้คนได้สัมผัสกับอดีตแบบจำลองผ่านการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ (Bangkokbiznews, 2018: Online) เพราะในความเป็นจริงแล้วไม่มีใครที่สามารถย้อนกลับไปในอดีตได้ ผู้คนจึงสร้างวิธีการโยกย้ายถิ่นในรูปแบบต่างๆ ขึ้นเป็นประจำทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และระดับสังคม (Kitiasa, 2003) ก่อให้เกิดความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่นมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่น เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ได้กลับไปมีประสบการณ์วันขึ้นคืนสุขในอดีตอีกครั้ง (Prakitnonthakran, 2014) การท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่นจึงเป็นประสบการณ์ที่สำคัญ

ที่สามารถนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ถูกทอดทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง เพื่อตอบสนองความต้องการการโยกย้ายถิ่นของคนในสังคมไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Pumma และ Rodsup (2013) ที่กล่าวว่าช่วง 10 ปีที่ผ่านมากระแสการโยกย้ายถิ่นได้แทรกซึมไปในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย ซึ่งกระแสการโยกย้ายถิ่นได้เกิดขึ้นจากความทรงจำต่ออดีตที่เกิดขึ้นต่อบุคคลแต่ละกลุ่ม เป็นผลมาจากรัฐบาลได้ใช้นโยบายฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อผลทางเศรษฐกิจ การผลิตละครย้อนยุคของสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งกระแสการโยกย้ายถิ่นได้แผ่ขยายในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นเสมือนกระแสนิยมหลักของชนชั้นกลางของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองหลวง ทั้งนี้เนื่องจากมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่น อาทิ งานวิจัยของ Creighton (1997) และ Salinas, Buckley, and Morales (2016) และ Robinson (2015) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความสนใจชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง (Urban) หรือ เป็นผู้ที่โยกย้ายถิ่นฐานจากถิ่นเดิมเพื่อมาอาศัยทำงานในเขตเมือง ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่น จึงกำหนดบริบทพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยใช้เกณฑ์พื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุดซึ่งจะสะท้อนความเป็นเมืองได้สูง โดยมีเขตดังต่อไปนี้ เขตจตุจักร บางเขน สายไหม และบางแค (BMA data center, 2015)

ผู้วิจัยสนใจศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี 6As ของ Buhalis (2000) ซึ่งศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility)

กิจกรรม (Activity) และ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยที่ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยผู้วิจัยได้รวมการให้บริการทางการเงิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมของการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) มาไว้ด้วย ส่วนบริบทของโปรแกรมสำเร็จรูป (Available Packages) นั้น ในบริบทของการวิจัยนี้มีความทับซ้อนกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงรวมโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Packages) เข้ากับกิจกรรมเนื่องจากเป็นบริบทที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตนำไปปรับปรุง พัฒนาให้ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตของกรุงเทพมหานคร และจังหวัดปริมณฑล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต

สมมติฐานของการวิจัย

1. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้าน

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตที่ต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับรองเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2562

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร บางเขน สายไหม และ บางแค ที่มีความสนใจ หรือ เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตใน กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 440 คน

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย

1. เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตจตุจักร บางเขน สายไหม และบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยอยู่เป็นเวลา 1 ปี ขึ้นไป
2. เป็นผู้ที่สนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสอบถามเพื่อเป็นการคัดกรองเบื้องต้น ก่อนแจกแบบสอบถามว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลหรือไม่

3. เป็นผู้ที่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้
4. เป็นผู้ที่มีความยินดีและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
2. สร้างและนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
3. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.76 จากนั้นพิจารณาข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำมาปรับปรุงให้เหมาะสม
4. นำแบบสอบถาม ไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค เท่ากับ 0.92 สามารถนำไปใช้ในการดำเนินการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการ

ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธหอดิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ยคะแนน (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. วิเคราะห์องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธหอดิต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธหอดิต โดยใช้สถิติ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

4. วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธหอดิตแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

5. วิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธหอดิตที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 61.14 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 27.95 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 43.86 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32 ส่วนใหญ่

ไม่มีบุตร จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 60.45 และ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดี จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 90.45

2. ระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (n = 440)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	3.94	0.61	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	3.91	0.60	มาก
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)	3.68	0.58	มาก
ด้านกิจกรรม (Activities)	3.47	0.59	มาก
รวม	3.75	0.37	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และด้านกิจกรรม (Activities) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

(Attraction) ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.60) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.58) และด้านกิจกรรม (Activities) ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน

ความสนใจในการท่องเที่ยว เชิงโหยหาอดีต	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปีขึ้นไป		F-test	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืน มาแล้ว	4.21	0.92	4.25	0.71	4.33	0.91	3.84	1.22	4.30	0.78	2.774	0.027*
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไป ถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง โหยหาอดีตที่มีความโดดเด่น สวยงาม	4.34	1.11	4.20	1.11	4.00	1.17	4.12	1.19	4.25	0.99	1.295	0.271
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไป เรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรม ดั้งเดิม	3.62	1.36	3.77	1.36	3.73	1.27	3.62	1.31	3.59	1.36	0.321	0.864
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวาย ในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	3.88	1.06	3.84	1.15	3.74	1.15	3.84	1.10	3.78	1.11	0.234	0.919
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใน ครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.03	1.11	3.77	1.27	3.76	1.27	3.78	1.22	3.91	1.15	0.993	0.411
รวม	4.02	0.58	3.97	0.56	3.91	0.61	3.84	0.64	3.97	0.54	0.968	0.425

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และ

ประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Access-

sibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต

ปัจจัย	Beta	t	p-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	0.112	2.296	0.022*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	0.147	2.967	0.003*
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)	0.085	1.750	0.081
ด้านกิจกรรม (Activities)	0.060	1.246	0.213

Adjusted $R^2 = 0.067$, F-value = 7.818, n = 440, * $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีอำนาจในการพยากรณ์ความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต ได้ร้อยละ 6.7 (Adjusted $R^2 = 0.067$) เมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต พบว่าทุกด้านส่งผลในทิศทางบวกเรียงตามระดับอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) และดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นที่นำมาอภิปราย ตามสมมติฐานการวิจัย มีดังนี้

1. นักท่องเที่ยวไทยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่ต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีต แตกต่างกัน

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าจากปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 4 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน คือ ปัจจัยด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

จากทั้ง 4 ปัจจัยของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต พบว่าในกลุ่มตัวอย่าง มีเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตที่ต่างกัน คือ ปัจจัยด้านอายุ เนื่องมาจากในแต่ละช่วงอายุมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตต่างกันออกไป เช่น วัยรุ่นอาจจะไม่ได้มีประสบการณ์หรือมีการรับรู้เกี่ยวกับอดีตอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงมีความสนใจไปท่องเที่ยวโยธยาหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม แตกต่างจากผู้สูงอายุซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมายาวนานกว่าและอาจจะได้รับรู้หรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกอดีต มีความประทับใจกับความทรงจำเมื่อครั้งตนเองยังอ่อนวัย หรือ ต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ในอดีตที่ไม่กลับคืนมาแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต ที่มีช่วงอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงวัยสูงอายุ ต้องการที่จะสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตมากกว่าวัยรุ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Davies (2007) ที่กล่าวถึงการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต ในอังกฤษจะมีแรงจูงใจในความปรารถนาเพื่อกลับไปเยาว์วัยอีกครั้ง (Re-live youth) ซึ่งสาเหตุหลักมาจากความประทับใจในอดีตที่ได้รับจากวัยเยาว์ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Jittangwatana (2006) ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง คือ ปัจจัยผลักดัน (Push factor) ที่มีสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางสรีรวิทยาของมนุษย์ การมีรายได้

เพียงพอ การมีเวลามากขึ้น ซึ่งผู้สูงอายุมักจะมีเวลามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ดังนั้นปัจจัยนี้จึงเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้วมากกว่ากลุ่มอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tanitnon (2017) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ้านบางเขน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน ในด้านปัจจัยหลัก (เหตุผล) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Khemrat (2014) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น กรณีศึกษา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้ศึกษาที่สวนสนุก ชานโตรินี พาร์ค ตลาดน้ำ ยอนยุคหัวหินสามพันนาม และรถ หัวหิน ผลการวิจัยพบว่า ช่วงอายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านกิจกรรม และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) พบว่า จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต ทั้ง 4 ด้าน มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 2 ด้านคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาอดีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยเฉพาะความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดี เนื่องจากสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง (Middleton, 1994) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tanitnon (2017) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ที่ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวบ้านบางเขน มากที่สุดคือ ความสวยงามของสถานที่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dumrong Sri (2011) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงที่สุดในเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือหมายถึงเอกลักษณ์ของสถานที่เที่ยวแห่งนั้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดี ก็ได้ให้คะแนนด้านความน่าสนใจและเอกลักษณ์ของสถานที่ สูงเป็นอันดับต้นๆ เช่นเดียวกัน

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดดี เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล เพราะเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก และหากบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็อาจจะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป

จะต้องมีความสวยงามซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจแล้ว ยังต้องมียุทธศาสตร์ประกอบพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร (Wongvanit, 2003) เพื่อนำไปสู่การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens, 2000) และเนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใด ย่อมต้องการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทำให้การท่องเที่ยวนั้น ราบรื่น สดคล้องกับงานวิจัยของ Praditrod (2016) ที่ได้ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวชมธรรมชาติของสวนสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชมธรรมชาติของสวนสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่แหล่งท่องเที่ยวในแถบสวนสาธารณะนั้นมีแรงจูงใจที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ ที่สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีบริการที่หลากหลายตรงความต้องการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมทั้งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jittangwatana (2006) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความเป็นมิตรไมตรีจากเจ้าถิ่นเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะท่องเที่ยววันขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำอีก สอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2000) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญของจุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวควรมี คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านช่วงอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ รายได้ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตไม่แตกต่างกัน และ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ

1. ผู้ประกอบการสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต ควรมีการจัดการดูแลสถานที่ให้มีความสวยงาม โดดเด่น มีกิจกรรมที่สอดคล้องกับการย่อนเวลาโยธยาหาดิตเพื่อตอบสนองกับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชมซึ่งมีเหตุผลหลักคือไปโยธยาหาดิตที่ไม่หวนคืนมาและไปถ่ายภาพเพื่อความสวยงาม ตลอดจนควรมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมจากความสวยงามโดดเด่นของสถานที่นั้นๆ

2. ผู้ประกอบการสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต ควรวางแผนจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายให้มากขึ้น โดยมีกิจกรรมที่ทุกช่วงอายุสามารถทำได้ เนื่องจากการไปถ่ายภาพของนักท่องเที่ยวนั้นเมื่อไปเพียงครั้งเดียวอาจจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการกลับไปเยือนอีกครั้งเพื่อถ่ายภาพจุดเดิมๆ มีน้อย หากมีกิจกรรมเสริมหลากหลาย ผลัดเปลี่ยนตามฤดูกาลหรือเทศกาล

ต่างๆ ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมเยือนได้มากขึ้น

3. หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวอาจยังมีความไม่เข้าใจ สับสนกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต เพื่อช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต มีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากพบว่า อายุ เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันซึ่งมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิตเพื่อให้สามารถจัดหา กิจกรรมที่ตอบสนองความพึงพอใจของแต่ละวัยได้

เอกสารอ้างอิง

- Bangkokbiznews. (2018). *"BuppeSanNiWat Fever" because the Thai people longed for the past, just lacking the art of telling.* (Online). Retrieved April 8, 2018, from: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/796495>
- BMA data center. (2015). *Statistics of population and houses in Bangkok classified by Cases and districts 2015.* (Online). Retrieved September 13, 2018, from http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop__58.pdf
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future Marketing. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116.

- Creighton, M. (1997). Consuming Rural Japan: The marketing of tradition and nostalgia in the Japanese travel industry. *Ethnology*, 36(3), 239-254.
- Goossens, C. (2000). Tourism information and pleasure motivation, *Annals of Tourism Research*. 27(2), 301-321.
- Davies. (2007). *Nostalgia tourism' uncovered as new trend*. (Online). Retrieved April 1, 2019, from http://www.travelmole.com/news__feature.php?id=1124918
- Dumrongsri, S. (2011). *Satisfaction of Thai tourist towards conservative at Sam Chuk 100 Years Market, Suphanburi province*. Master's Thesis, Recreation Management, Srinakharinwirot University. Bangkok.
- Jittangwatana, B. (2006). *Sustainable tourism development*. Bangkok: TAT Academy.
- Khemrat, C. (2014). *Factors affecting decision marketing behavior towards tourists on man-made tourist attractions; a case study of Cha-am district, Petchaburi province and Hua-hin district, Prachuap Khiri Khan province*. Master's Thesis, Stamford International University. Bangkok.
- Kitiasa, P. (2003). *Anthropology and the study of the past yearning phenomenon in contemporary Thai society*. Bangkok: Anthropology Center.
- Salinas, A., Buckley, R. and Morales, R. (2016). Economic Development and Nostalgic Tourism in Southern Mexico. *Hatfield Graduate Journal of Public Affairs*, 1(1), 1-15.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. (2nd Ed). Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Statistics of domestic tourists in Thailand, 2018*. (Online). Retrieved August 8, 2018, from https://www.mots.go.th/more__news.php?cid=502&filename=index
- Prakitnonthakran, C. (2014). Retro market in nostalgia tourism. *TAT Tourism Journal* 2, (2557): 20-25.
- Praditrod, C. (2016). *Components of Tourist Attractions and Tourism Motivation Affecting to Working People's Decision Making to Travelling in Vicinity Areas*. Master's Thesis, Graduate School, Bangkok University. Bangkok.
- Pumma, N. and Rodsup, N. (2013). Nostalgia in Thai tourism industry. *Institute of Mekong Salaween Civilization Studies Journal*, 3(Special issue), 47-60.
- Robinson, P. (2015). Conceptualizing urban exploration as beyond tourism and as anti-tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 3(2), 141-164.
- Tanitnon, M. (2017). *A study of motivations and satisfaction of Thai tourists visiting Baan Bang Khen*. Master's Thesis, Bangkok University. Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. (2017). *Amazing Thailand Tourism Year 2018*. (Online). Retrieved August 8, 2018, from <https://thai.tourismthailand.org/>
- Wongvanit, V. (2003). *Tourism geography*. (2nd Ed). Bangkok: Thammasat University.