

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Components of tourism affecting the interest in nostalgic tourism of Thai tourists based in
Bangkok



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

Common Course

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัย
อยู่ในกรุงเทพมหานคร

โดย

น.ส.ณัฐพัชร์ กาญจนรัตน์

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.โสมฤทัย สุนทรยาธร)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

6078329139 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORD: Tourism, Nostalgic tourism, Tourism interest

Natthaphat Kanjanaratana : Components of tourism affecting the interest in nostalgic tourism of Thai tourists based in Bangkok. Advisor: GULAPISH POOKAIYAUDOM, Ph.D.

The purpose of this research is to study components of tourism which are Attraction, Accessibility, Activity and Amenity affecting the interest in nostalgic tourism of Thai tourists who live in Bangkok and compare their demographic attributes: gender, age, education level and income. The sample consists of 440 Thai tourists who are 20 years old and above, live in Bangkok in the districts of Chatuchak, Bang Khen, Sai Mai and Bang Khae, and are interested in or had experiences in visiting nostalgic tourism destinations. This research adopted a purposive and quota sampling technique using questionnaires as the main method to collect data with IOC of 0.76 and coefficient alpha equal 0.92. The researcher collected data through questionnaires at the Bangkok districts of Chatuchak, Bang Khen, Sai Mai and Bang Khae with 110 questionnaires in each district. The numbers of questionnaires collected were 14 sheets a day on Monday to Friday and 20 sheets a day on Saturday and Sunday. This study also applied statistical data analyses using the determination of patterns in the data such as the frequency, percentage, mean and standard deviation. The research also undertook Independent Sample t-test One-Way ANOVA and Multiple Linear Regression with statistical significance at 0.05

The hypotheses testing revealed that the age of Thai tourists and the Attraction and Amenity components of nostalgic tourism affect different interests in nostalgic tourism with a statistical significance at 0.05.

In summary, different demographic age affects 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 are the main factors that affect Thai tourists who are interested in nostalgic tourism.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2018

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของบุคคลที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้หลายท่าน โดยเฉพาะ อาจารย์ ดร.กฤษพิชญ์ โกไคยอุดม อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และเป็นกำลังใจมาโดยตลอด รวมถึงรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ประธานสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.โสภณฤทัย สุนทรยาธร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ภายนอก ที่กรุณาให้คำแนะนำปรับปรุงแก้ไขให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย รองศาสตราจารย์มันที ымจินดา อาจารย์ ดร.กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ และ ดร.ชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์ ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ และบุคลากรคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ขอขอบคุณครอบครัวของผู้วิจัย และเพื่อนที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจมาโดยตลอด และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ทุกท่าน ที่อาจมิได้กล่าวถึงในที่นี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ณัฐพัชร์ กาญจนรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
สมมติฐานงานวิจัย.....	6
ขอบเขตของงานวิจัย	6
คำจำกัดความของงานวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	10
1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	11
1.3 แนวคิดและคำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	13
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	14
2.1 คำจำกัดความเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	19

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสนใจ	27
3. นักท่องเที่ยว.....	34
3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว.....	34
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
4.1 งานวิจัยในประเทศ	36
4.2 งานวิจัยต่างประเทศ.....	38
กรอบแนวคิดในการวิจัย	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากร	41
กลุ่มตัวอย่าง	41
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	42
ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย.....	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุตร และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต.....	48
ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และด้านกิจกรรม (Activities)	52
ส่วนที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต.....	57

ส่วนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร	58
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	59
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผลการวิจัย	74
ข้อเสนอแนะ	81
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	91
ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิ	92
ภาคผนวก ข เครื่องมือในการวิจัย	93
ประวัติผู้เขียน	99

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	48
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	49
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ..	50
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	50
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีบุตร ...	51
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต.....	51
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวม	52
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	53
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	54
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities).....	55
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม (Activities).....	56
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	57
ตารางที่ 14 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม	58

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามเพศ.....	59
ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามอายุ.....	60
ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามอายุ.....	61
ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบระดับความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจาก ต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD.....	62
ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยรวม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	63
ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	64
ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามรายได้ .	65
ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามรายได้ .	66
ตารางที่ 23 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	67

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในปัจจุบัน การท่องเที่ยวภายในประเทศถือเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งประเทศไทยยังมีนโยบายจากภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การประกาศให้ปี พ.ศ.2558 ให้เป็นปีการท่องเที่ยววิถีไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพ การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) เท็ดชาย ช่วยบำรุง (2557) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นกระดูกสันหลังของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพราะการท่องเที่ยวนั้นนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนเงินมหาศาล การท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นก็เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนความเป็นมิตรของคนไทย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2556) นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2561 นี้รัฐบาลไทยโดยคณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ มีมติให้เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” หรือ “Amazing Thailand Tourism Year 2018” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ซึ่งจะพบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสูงขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสูงถึง 206 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

การท่องเที่ยววิถีไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย การดำรงวัฒนธรรม ที่ดั้งเดิมและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้สมบูรณ์ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และ สวยงามมานานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) และในปัจจุบันได้เกิดกระแสการท่องเที่ยวของผู้คนมากขึ้น โดยเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ ได้อธิบายถึงกระแสที่เห็นได้จากการสร้างนวนิยายละคร ดนตรี ศิลปะการแสดง การแต่งกาย รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงความเป็นอดีต ทำให้ผู้คนได้สัมผัสกับอดีตแบบจำลองผ่านการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ (กรุงเทพธุรกิจ, 2561) เพราะ

เนื่องจากในความเป็นจริงแล้วไม่มีใครที่สามารถย้อนกลับไปในอดีตได้ ผู้คนจึงสร้างวิธีการโยยหาอดีตในรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นเป็นประจำทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และระดับสังคม กล่าวคือในระดับปัจเจกบุคคลการโยยหาอดีตเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างความเป็นตัวตน เป็นรูปแบบวิธีการที่มนุษย์ใช้ทำความเข้าใจเรื่องส่วนตัว ในระดับสังคมการโยยหาอดีตมักเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมมีความคิด ความรู้สึก และจินตนาการในสิ่งเดียวกัน และกลายเป็นการรื้อฟื้นอดีตผ่านการนำเสนอภาพตัวแทนของอดีต เช่น นวนิยาย ดนตรี นิทรรศการต่าง ๆ ซึ่งจะมีกลุ่มคนที่ทำหน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่สิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลจากการโยยหาอดีตร่วมกันของคนในสังคม (พัฒนา กิติอาษา, 2546) สอดคล้องกับ วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งได้กล่าวถึงการศึกษาของ University College London เมื่อ ค.ศ. 2007 เพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ร้อยละ 90 เลือกที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่ดีในอดีตของตนเองมากกว่าที่จะเลือกท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ที่ไม่เคยไปมาก่อน โดยอาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ ที่ดึงสิ่งที่เคยมีในอดีตกลับขึ้นมา และได้นำทรัพยากรที่มีในอดีตกลับมาใช้อีกครั้ง รวมถึงการใส่รายละเอียดของความเก่าแก่ของอดีตไปในสถานที่ท่องเที่ยวทำให้ได้สัมผัสกับบรรยากาศในอดีตในสถานที่ท่องเที่ยวสร้างขึ้นใหม่ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยยหาอดีตที่แสดงถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในยุคสมัยต่าง ๆ (วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

เพราะเมื่ออดีตนั้นสวยงามผู้คนจึงอยากจะกลับไปสัมผัสกับประสบการณ์นั้นอีกครั้ง อีกทั้งการโยยหาอดีตยังเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการสร้างตัวตนของมนุษย์แต่ละคน การโยยหาอดีตจึงเป็นรูปแบบการรับรู้ วิธีคิดหรือวิธีการให้ความหมายประสบการณ์ชีวิตในอดีตที่มนุษย์แต่ละคนใช้ผลิต ปรับแต่ง หรือทำความเข้าใจเล่าเรื่องส่วนตัว (Private Narrative) ความทรงจำส่วนบุคคล (Personal Memory) หรือ ภาพตัวแทนเชิงอัตลักษณ์ของแต่ละคน (Self-identity Representation) ในเมื่อเราโยยหาอดีต หรือเมื่อโลกความเป็นจริงที่ผ่านพ้นไปแล้ว ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่อดีตที่เราโยยหาจะย้อนกลับมาอิทธิพลต่อชีวิต หรือความเป็นตัวเราในปัจจุบัน และอนาคต (นิพัทธ์พงศ์ พุมมา และ ณรงค์กร รอดทรัพย์, 2555) ซึ่งอาจแสดงว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบโยยหาอดีตกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

การท่องเที่ยวเชิงโยยหาอดีต คือ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ได้กลับไปมีประสบการณ์วันขึ้นคืนสุขในอดีตอีกครั้ง (ชาติรี ประภิตนทการ, 2557) การท่องเที่ยวเชิงโยยหา

อดีตจึงเป็นประสบการณ์ ที่สำคัญที่สามารถนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ถูกทอดทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง เพื่อตอบสนองความต้องการการโยกหาอดีตของคนในสังคมไทย จุดเริ่มต้นที่ทำให้คนหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีตมากขึ้นนั้น เป็นผลมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการออกกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2551-2552 ตามนโยบายของรัฐบาล โดยการนำเสนอจุดเด่นของแต่ละภาค โดยภาคกลางมีการนำเสนอภาพลักษณ์ “การท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีต” (Nostalgic tourism) ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีตอย่างกว้างขวาง และเกิดสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีตขึ้นมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) อีกทั้งการทำตลาดที่นำความโยกหาอดีตที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกของคน โดยการกระตุ้นความสุขส่วนลึกในความทรงจำของคนมาเป็นจุดดึงดูดจะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางการตลาดมากขึ้น เพราะเมื่อคนทำงานย่อมมีความเครียด แต่เมื่อได้ย้อนกลับไปคิดถึงอดีตจะช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายขึ้น แต่อย่างไรก็ตามควรมีการผสมผสานระหว่างการโยกหาอดีตกับสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาด้วย (Friedman, 2016) สอดคล้องกับ นิพัทธพงศ์ พุ่มมา และ ณรงค์กรณรอดทรัพย์ (2556) ที่กล่าวว่า เมื่อช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีกระแสการโยกหาอดีตได้แทรกซึมไปในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย ซึ่งกระแสการโยกหาอดีตได้เกิดขึ้นจากความทรงจำต่ออดีตที่เกิดขึ้นต่อบุคคลแต่ละกลุ่ม เป็นผลมาจากมารัฐบาลได้ใช้นโยบายฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อผลทางเศรษฐกิจ การผลิตละครย้อนยุคของสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งกระแสโยกหาอดีตได้แผ่ขยายในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นเสมือนกระแสนิยมหลักของชนชั้นกลางของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองหลวง

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจ และความเจริญทุกด้านที่มีประชากรหนาแน่น ซึ่งมีคนทุกระดับ ทุกฐานะอาศัยอยู่ร่วมกัน (ดวงธิดา ราเมศวร์, 2551) นอกจากนั้นยังมีนโยบายการพัฒนาในระดับประเทศของภาครัฐ มุ่งเน้นขยายการพัฒนาด้านต่าง ๆ ไปในเขตจังหวัดปริมณฑลใกล้เคียง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม เนื่องจากพื้นที่ของความเป็นเมืองหลวงและพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ มีความต่อเนื่องกันจนเรียกได้ว่าเป็นเมืองเดียวกันในทุกด้าน (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2558) ซึ่งกรุงเทพมหานคร และจังหวัดปริมณฑลมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบทุกรูปแบบ แต่หนึ่งในรูปแบบที่ได้รับความนิยม คือ การท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีต เนื่องจากประเทศไทยนั้น มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน มีวัฒนธรรมประเพณีที่ดั้งเดิม มีสถาปัตยกรรม และศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยกหาอดีตจึงเป็นที่ที่สามารถสื่อเอกลักษณ์ความเป็นไทย และ

สะท้อนถึงความรุ่งเรืองตั้งแต่อดีตได้เป็นอย่างดี (พัฒนา กิติยาษา, 2546) ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ โดยจำลองบรรยากาศในอดีต อีกทั้งยังสอดแทรกวัฒนธรรมอดีตเข้าไปกับสถานที่และกิจกรรม ได้นำทรัพยากรที่มีในอดีตกลับมาใช้อีกครั้ง จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ได้ระลึกถึงเรื่องราวในอดีต อาทิ บ้านบางเขน เป็นสิ่งก่อสร้างย้อนยุคเรโทร แนวบ้านไม้และสิ่งของในสมัยก่อน พ.ศ.2500 และถึง 1919 ย่านฝั่งธนที่มีการพลิกฟื้นอดีตทำเรื่องนำมาสร้างใหม่ให้มีกลิ่นไอความ เป็นจีน เป็นต้น

จากนโยบายการพัฒนาของภาครัฐที่ขยายการพัฒนาเขตจังหวัดปริมณฑลใกล้เคียงให้มีความทัดเทียมใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานครทำให้จังหวัดปริมณฑลมีสถานที่ท่องเที่ยว เชิงโหยหาอดีตที่มนุษย์สร้างขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการ โหยหาอดีตหลายที่ เช่นเดียวกับกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชมเขย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีการจำลองบรรยากาศเก่า ๆ ของตึกและบ้านเรือนสไตล์โคโลเนียลที่ได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตกตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ถึงรัชกาลที่ 6 และ หอภาพยนตร์จังหวัดนครปฐม ซึ่งนอกจากจะรวบรวมภาพยนตร์และอุปกรณ์สร้างภาพยนตร์ในยุคโบราณ ยังสร้างตึกสไตล์โคโลเนียลเช่นกัน จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตนี้เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นิยมอย่างแพร่หลาย ในหลายพื้นที่และมีจุดดึงดูดคือความไม่มีอายุขัยของสถานที่ เนื่องจากเป็นสิ่งก่อสร้างที่ทำให้ดูเก่าตามยุคสมัยที่ผู้สร้างกำหนดหรือตั้งใจไว้อยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม สำหรับการท่องเที่ยวแล้ว สิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นยังรวมไปถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอีกด้วย (วรรณิ ศิลปอาษา, 2545) โดยมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตนอกจากความมีเอกลักษณ์และโดดเด่นทางวัฒนธรรมที่ทำให้โหยหาอดีตได้แล้วนั้น ยังต้องมีองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่ต้องพิจารณา โดยแนวคิดที่สำคัญที่งานวิจัยที่ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวมักนำไปประยุกต์ใช้ คือ กรอบแนวคิดวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว 6As ของ Buhalis (2000) ซึ่งประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) กิจกรรม (Activities) และ การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) นอกจากนี้ยังมีเรื่องของที่พัก (Accommodation) อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในงานวิจัยนี้ มีบริบทพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และด้วยบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ในคำจำกัดความของงานวิจัยเป็นสถานที่ ๆ สร้างขึ้นมาใหม่โดยสอดแทรกวัฒนธรรมอดีตเข้าไปกับสถานที่และกิจกรรม ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวไม่มีที่พัก (Accommodation) องค์ประกอบด้านที่พักจึงไม่ได้นำมาประยุกต์ใช้

กับงานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (Ancillary services) เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล และไปรษณีย์ ในบริเวณสถานที่นั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ทฤษฎี 6As ของ Buhalis (2000) มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ โดยนำแต่ละองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่อยู่ในบริบทของการวิจัยมาศึกษา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรม (Activity) และ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยที่ในส่วนของ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) นั้นผู้วิจัยได้รวมการให้บริการทางการเงินซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมของการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) มาไว้ด้วย ส่วนบริบทของโปรแกรมสำเร็จรูป (Available Packages) นั้น ในบริบทของการวิจัยนี้จะมีความทับซ้อนกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงรวมโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Packages) เข้ากับกิจกรรมเนื่องจากเป็นบริบทที่มีความใกล้เคียงกัน

อย่างไรก็ตามแม้จะมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่เกิดขึ้นมากมาย แต่ก็พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวยังมีอย่างจำกัด จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษารายละเอียดของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตนำไปปรับปรุง พัฒนาให้ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของกรุงเทพมหานคร และจังหวัดปริมณฑล ทั้งนี้ เนื่องจากมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อาทิ งานวิจัยของ Creighton (1997) López-Salinas et al., (2016) และ Robinson (2015) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง (Urban) หรือ เป็นผู้ที่ย้ายถิ่นฐานจากถิ่นเดิมเพื่อมาอาศัยทำงานในเขตเมือง ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ด้วยมีวัตถุประสงค์ศึกษานักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จึงกำหนดบริบทพื้นที่ในการเก็บข้อมูล โดยใช้เกณฑ์พื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุดซึ่งจะสะท้อนความเป็นเมืองได้สูง โดยมีเขตดังต่อไปนี้ เขตจตุจักร บางเขน สายไหม และบางแค (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2558)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

สมมติฐานงานวิจัย

1. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

2. นักท่องเที่ยวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตงานวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในยุคสมัยต่าง ๆ โดยดึงสิ่งที่เคยมีในอดีต กลับขึ้นมาใหม่ (สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นใหม่)

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมแบบสอบถาม ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนบ้านเรือนมากที่สุด 4 เขต โดยมีเขตดังต่อไปนี้ เขตจตุจักร เขตบางเขน เขตสายไหม และเขตบางแค

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง บุคคลสัญชาติไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร เขตบางเขน เขตสายไหม และ เขตบางแค ที่มีความสนใจ หรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตใน กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

ขอบเขตด้านเวลา ช่วงเวลาเก็บข้อมูล คือ ช่วงเดือนมกราคม 2562 และ ทำวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์สำเร็จในเดือนพฤษภาคม 2562

คำจำกัดความของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต (Nostalgic Tourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ ที่เป็นสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นใหม่ โดยมีการจำลองภาพและบรรยากาศในอดีต แสดงถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในยุคสมัยต่าง ๆ และได้แรงบันดาลใจจากอดีต ดึงสิ่งที่เคยมีในอดีต เช่น รูปแบบของอาคาร สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ กลับขึ้นมาใหม่ (เป็นสิ่งก่อสร้างที่สร้างขึ้นใหม่) โดยสอดแทรกวัฒนธรรมอดีตเข้าไปกับสถานที่ และกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพราะในความเป็นจริงแล้วไม่มีใครสามารถที่จะย้อนกลับไปในอดีตได้ จึงต้องสร้างหรือจำลองรูปแบบการโหยหาอดีตขึ้นมา ทำให้เกิดการระลึกหรือความปรารถนาถึงความหลังเก่า และนำมาสู่ความต้องการที่จะหวนย้อนกลับไปมีประสบการณ์ในอดีตนั้น ๆ อีกครั้ง

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว (Components of Tourism Affecting the Interest of Tourists) หมายถึง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และด้านกิจกรรม (Activities)

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ และเหตุการณ์ ซึ่งสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างสถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การมีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเกิด

ความประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร อาหาร การนำเที่ยว ให้บริการทางด้านการเงิน การแลกเปลี่ยนเงินตรา สินค้าที่ระลึก และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรม หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วม

นักท่องเที่ยวชาวไทย (Domestic Thai Tourists) หมายถึง ผู้ที่สนใจหรือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์เดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ ที่ไม่ใช่การไปทำงาน หรือหารายได้ และมีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป

ความสนใจ (Interest) หมายถึง ความรู้สึกชอบของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้สึกนั้น ส่งผลทำให้บุคคลเอาใจใส่ และแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น ที่จะเข้าร่วมในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ๆ มีการรับรู้และมีการตอบสนองต่อการรับรู้แล้วเกิดการยอมรับคุณค่าในที่สุด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic characteristics) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ กรุงเทพมหานคร และนำองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวดังกล่าวไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบเชิงโฮมสเตย์ เพื่อตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ได้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ เพื่อนำมากำหนดกลุ่มเป้าหมาย และจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของความสนใจในแต่ละลักษณะประชากรศาสตร์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเป็น หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 1.3 แนวคิดและคำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
 - 2.1 คำจำกัดความเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
 - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.2.4 ความหมายและคำจำกัดความลักษณะทางประชากรศาสตร์
 - 2.2.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
 - 2.2.5.1 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
 - 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสนใจ
 - 2.3.1 ความหมายของความสนใจ
 - 2.3.2 ลักษณะ ประเภท และองค์ประกอบของความสนใจ
 - 2.3.3 สาเหตุที่ทำให้เกิดความสนใจ
 - 2.3.4 ความสัมพันธ์ของความสนใจและแรงจูงใจ
 - 2.3.4.1 ความหมายของแรงจูงใจ
 - 2.3.4.2 ประเภทของแรงจูงใจ
 - 2.3.4.3 องค์ประกอบที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจ

3. นักท่องเที่ยว
 - 3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากสถานที่ที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว และเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ หรือหารายได้ โดยจะต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปค้างแรมยังอีกสถานที่หนึ่งไม่ว่าระยะทางจะไกลหรือใกล้ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมของมนุษย์เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากสิ่งที่ทำอยู่เป็นประจำ โดยวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เป็นการเดินทางไปทำงาน

นิตา ชัชกุล (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหาร นอกบ้าน

สมชาติ อุอ้าน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬาเพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องกันเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัย ปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปค้างแรมยังอีกสถานที่หนึ่ง ที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ โดยมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ดังที่มีผู้กล่าวถึงรูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวไว้ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) กล่าวถึง ประเภทการท่องเที่ยวโดยแบ่งตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) 2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) 3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) 5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) 7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ 8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) 9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก 10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ 11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ และ 12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง

วาริชต์ มัชฌมบุรุษ (2552) กล่าวถึง รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก ดังนี้ 1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism)

คำเกิง โถทอง และวสันต์ชัย กากแก้ว (2550) ได้กล่าวถึง การจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) ว่าแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม หรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ แบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ 1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) 2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) 3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) 5. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Tourism) 6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) และ 7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism)

จากรูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) วาริชต์ มัชฌมบุรุษ (2552) และ คำเกิง โถทอง และวสันต์ชัย กากแก้ว (2550) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญรูปแบบหนึ่ง เพราะ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง

ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ทำให้ได้รับความรู้มีความเข้าใจ ต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ McKercher (2012) ได้จำแนกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 5 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มที่มีจุดประสงค์เพื่อแสวงหาวัฒนธรรมโดยเจตนา (Purposeful) กลุ่มเพื่อแค่การท่องเที่ยวชม โดยประสบการณ์นั้นไม่ได้ลึกซึ้งนัก (Sightseeing) กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเบาบาง และได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมกลับไปอย่างตื่นเงิน (Casual) กลุ่มที่ไม่ได้มาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใด ๆ แต่อาจมีกิจกรรมบางอย่างที่เกี่ยวข้องแต่ก็ได้รับประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมกลับไปอย่างจำกัด (Incidental) และกลุ่มที่ไม่ได้มาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่สุดท้ายกลับได้รับประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมเชิงลึก (Serendipitous) ซึ่งสิ่งเหล่านี้นักท่องเที่ยวปรารถนาที่จะได้มาจากการเรียนรู้วัฒนธรรมของผู้อื่น มากกว่าของตัวเอง อย่างไรก็ตามปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งไม่ได้มองหาวัฒนธรรมของผู้อื่น หากแต่เป็นการแสวงหาวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ (Ancestral Culture) ซึ่งกลุ่มนี้เองจะเรียกว่า เป็นนักท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต (Nostalgic tourist)

ซึ่ง Rous & Thorn (2008) ได้อธิบายว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความปรารถนาที่จะเติมเต็มด้านอัตลักษณ์ของบรรพบุรุษผ่านการบริโภคประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมซึ่งอาจเป็นทั้งแบบจริงแท้ (Baker & Kennedy, 1994) กล่าวคือ ผู้ที่ต้องการไปเยี่ยมชมสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ได้เคยเกิดขึ้นในอดีต และได้รับประสบการณ์ส่วนตัวซึ่งผ่านพ้นไปแล้ว และอีกกลุ่มหนึ่ง คือในเชิงประวัติศาสตร์ คือกลุ่มผู้ไปเยี่ยมชมสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ตนไม่เคยได้รับประสบการณ์โดยตรง หากแต่ได้รับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ หนังสือ เรื่องราว (Stem, 1992)

ซึ่งในทัศนะของผู้ทำวิจัย การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตจัดอยู่ในการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษที่ได้จำลองวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีต ทำให้ได้ความรู้จากการท่องเที่ยว และภูมิปัญญาพื้นบ้านในอดีต เกิดความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

1.3 แนวคิดและคำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555) ได้ให้ความหมายการโหยหาอดีตไว้ว่า การโหยหาอดีต (Nostalgia) หมายถึง สภาวะอาการหรือความรู้สึกของคนที่มีต่อภาพและบรรยากาศในอดีต อาการการระลึกหรือความปรารถนาถึงความหลังเก่า ปัจจุบันคำศัพท์นี้มีความหมายกว้างขึ้นโดยถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้คนในสังคมหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย ของวิถีชีวิตประจำวันในสังคมเมืองเพื่อเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีวิถีชีวิต เรียบง่ายหรือวิถีชีวิตในชนบท

ชาติรี ประภิตนทการ (2557) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ไว้ว่า Nostalgic Tourism คือ ปรากฏการณ์ในเชิงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่ตอบสนองความต้องการ “โหยหาอดีต” (Nostalgia) และนำมาสู่ความต้องการที่จะหวนย้อนกลับไปมีประสบการณ์ “วันขึ้นคืนสุข” ในอดีตนั้น ๆ อีกครั้ง วันขึ้นคืนสุขไม่ได้หมายถึงอดีตในลักษณะประสบการณ์ตรงที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนเคยพบเจอมาเองในวัยเด็กเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงวันขึ้นคืนสุขที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นจินตนาการร่วมกันของสังคมว่า ณ ยุคสมัยหนึ่งสมัยใดในอดีต คือช่วงเวลาแห่งความสุข เจริญรุ่งเรือง หรือสวยงามที่สุด เป็นต้น ยิ่งสังคมไหน ตกอยู่ในสภาวะที่ขาดความมั่นใจหรือมีวิกฤตต่อสภาพสังคมในยุคปัจจุบันและรู้สึกหมดหวังต่อสังคมในอนาคตของตนเองมากเท่าไร ปรากฏการณ์โหยหาอดีตก็จะยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และจะส่งผลกระทบต่อ การเพิ่มขึ้นของสิ่งที่เรียกว่า Nostalgic Tourism

Kelly 1986 (อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, 2546) กล่าวถึงการโหยหาอดีตไว้ว่า เป็นการจินตนาการถึงโลกที่เราได้สูญเสียไปแล้ว (Imagination of a World We have lost) ซึ่งปัจเจกบุคคล และสมาชิกในสังคม ในวัฒนธรรมต่างก็มีประสบการณ์ร่วมกันในอดีต โลกที่เคยเป็นจริงในอดีต แต่ปัจจุบันเหลือเพียงความทรงจำ และประสบการณ์ให้เราได้ระลึกถึง ผู้คนจะสามารถติดต่อโลกอดีตได้โดยอาศัยช่องทางที่เรียกว่า จินตนาการซึ่งถูกหล่อหลอมมาโดยประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และสามารถสัมผัสกับโลกที่สูญเสียไปได้อีกครั้งหากสามารถสร้างภาพตัวแทนอดีต โดยการผลิตซ้ำภาพความทรงจำ ด้วยการย้อนกลับไปจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่อีกครั้ง เราสามารถจินตนาการเกี่ยวกับอดีต สร้างความรู้สึกร่วมกับอดีต และกล่าวอ้างผู้คนได้ว่าโลกสมมติของสิ่งที่ผ่านเลยไปแล้ว แต่ได้รับการจำลองขึ้นมาใหม่นั้นคือภาพอดีตที่แท้จริง (Authentic Past) เมื่อพิจารณาการโหยหาอดีตในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์สังคม ปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงเป็นพื้นฐานสำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการที่ซับซ้อนของการรื้อสร้าง การให้ความหมายใหม่ หรือการประดิษฐ์วัฒนธรรม (Cultural Invention) ในสังคมโลกสมัยใหม่ โดยถูกนำเสนอออกมาในรูปแบบวัตถุ สิ่งก่อสร้าง องค์ประกอบของการโหยหาอดีต มี 3 ประการ คือ แนวคิดหรือทัศนคติที่มอง

เวลาเป็นเส้นตรง ความหวาดหวั่นต่อข้อบกพร่องในปัจจุบัน และความต้องการหลักฐานของอดีต เพื่อเป็นหลักยึด ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นรากฐานของกระแสนิยมของอารมณ์โหยหาอดีต (Popular Mood of Nostalgia) และกลายเป็นว่า สิ่งที่เกิดขึ้นในที่สุด คือ ภาพประวัติศาสตร์จะย้อนกลับมาใหม่ตามกระแสการโหยหาอดีต

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต คือ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ ที่จำลองภาพและบรรยากาศในอดีต เพื่อตอบสนองความต้องการการระลึกหรือความปรารถนาถึงความหลังเก่า (โหยหาอดีต) เพราะ จะสามารถสัมผัสโลกอดีตได้ โดยอาศัยช่องทางที่เรียกว่า จินตนาการ ซึ่งถูกหล่อหลอมมาโดยประสบการณ์ทางวัฒนธรรมได้อีกครั้ง โดยสร้างภาพตัวแทนอดีตด้วยการผลิตซ้ำภาพความทรงจำ โลกสมมติของสิ่งที่ผ่านเลยไปแล้วแต่ได้รับการจำลองขึ้นมาใหม่ (ภาพอดีตที่แท้จริง Authentic Past) อีกทั้งยังเป็นการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในสังคมเมือง และวิถีชีวิตประจำวันในสังคมเมืองในปัจจุบัน เพื่อเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตต่าง ๆ ที่มีวิถีชีวิต เรียบง่าย เพราะในความเป็นจริงแล้วไม่มีใครสามารถที่จะย้อนกลับไปในอดีตได้ จึงต้องสร้างหรือจำลองรูปแบบการโหยหาอดีตขึ้นมา

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.1 คำจำกัดความเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ในส่วนขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว นั้นมีนักวิชาการได้ให้ทัศนะอย่างหลากหลาย โดยมีการนำเสนอตั้งแต่องค์ประกอบเพียง 3 อย่างจนไปถึง 6 อย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมมา ดังต่อไปนี้

Collier & Harraway (1997) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3As ได้แก่

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจนั้นเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง บริเวณพื้นที่ และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือน และกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ได้สรุปเพิ่มเติมว่า การที่จะให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตามมักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ดังที่ Collier & Harraway (1997) ได้กล่าวไว้ คือ

1) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทาง หรือ โครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

3) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว แลกเปลี่ยนเงินตรา สินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยว จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบสำคัญ 3 ประการ 3As ได้แก่

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจจะเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบาย ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น รวมทั้งการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure)

3) การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

ขณะที่ Cooper & Boniface (1998) กล่าวเพิ่มเติมว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4As คือ

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

2) การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4) บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

วรรณฯ ศิลปอาษา (2545) ก็ได้อธิบายของค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4As ดังนี้

1) ความดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวอันมีสาเหตุจาก

1.1) มีความงามตามธรรมชาติ เช่น หาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้ง ปลาชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชาติ หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทที่ในหุบเขาใหญ่ เป็นต้น

1.2) มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญ ของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนปฐพีชาติ หรือ การตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเยี่ยมชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้นแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม แต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเยี่ยมชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3) ความประทับใจ (Amenity) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และ ซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาท ราชวัง วัดโบราณสถานต่าง ๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติทางบก และทางทะเลหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เช่น งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น

4) องค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

4.1) การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว

4.2) การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนา และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ในส่วนของ พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้เพิ่มองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัยด้วยกันหรือ 5As ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคมที่เชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยวสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนนทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว

2) ที่พักแรม (Accommodation) ถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวซึ่งต้องค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Homestay เกสเฮาส์ ฯลฯ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม งานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าบ้าน

4) กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การด้านการทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง การเดินป่าดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง

5) บริการต่าง ๆ (Ancillary) แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล ปั้มน้ำมัน ฯลฯ

เช่นเดียวกับ เท็ดซาซ ช่วยบำรุง (2551) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

1) Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2) Activity หมายถึง กิจกรรม คือ สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่าการปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3) Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4) Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ จะต้องมียิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

5) Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

ในขณะที่ Buhalis (2000) ได้กล่าวถึง ความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่า องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6As ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างสถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ

2) การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ การจัดเลี้ยง และการบริการการท่องเที่ยว

4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

5) กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่

6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม

จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย พบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากได้นำกรอบแนวคิด 3As 4As 5As และ 6As มาใช้ซึ่งในแต่ละบริบทก็จะมีแตกต่างออกไป โดยมีพื้นฐานรวมคือ เรื่องของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยอาจจะมียอดประกอบอื่นเพิ่มเติม ทั้งกิจกรรม (Activities) โปรแกรมสำเร็จรูป (Available Packages) หรือที่พัก (Accommodations) อย่างไรก็ตามด้วยบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาผจญภัยนั้น ในคำจำกัดความของงานวิจัยเป็นสถานที่ ๆ สร้างขึ้นมาใหม่โดยสอดแทรกวัฒนธรรมอดีตเข้าไปกับสถานที่และกิจกรรม และพบว่าส่วนใหญ่สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ ไม่มีที่พัก (Accommodation) รวมถึงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ (Ancillary services) อาทิ ธนาคาร โรงพยาบาล และไปรษณีย์ ในบริเวณสถานที่นั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ทฤษฎี 6As ของ Buhalis (2000) หากแต่นำแต่องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่อยู่ในบริบทของการวิจัยมาศึกษา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรม (Activity) และ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยที่ในส่วนของ Amenity นั้นผู้วิจัยได้รวมการให้บริการทางการเงินซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมของ Ancillary Service มาไว้ด้วย ส่วนบริบทของโปรแกรมสำเร็จรูป (Available Packages) นั้นในบริบทของการวิจัยนี้มีความทับซ้อนกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตัว ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำวาณิช แต่จะแตกต่างกัน เพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรม หากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่า นิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ อเมริกัน เรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อากาหรือการแสดงออก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior จึงหมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยว กลุ่มชน (ชาติ) นั้น ๆ ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล

- การวางแผนและพัฒนาบริการการท่องเที่ยว
- การวางแผนและการตลาด
- การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
- การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

การวางแผนและดำเนินการใด ๆ ก็ตาม หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์ เฉพาะกลุ่มของตลาดที่เป็นเป้าหมาย (Target market) ความต้องการ (Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบาก และอาจเกิดปัญหาตามมา ดังนั้น จึงนับได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผล (Rationality) หรือ การใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์ (Analysis) องค์ประกอบ (Components) ของพฤติกรรมที่แสดงออกมา และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตมาคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น โดยเหตุการณ์ที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรในองค์กรนั้น ๆ ว่ามีประสบการณ์และรอบรู้เกี่ยวกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการดำเนินการอย่างไร ซึ่งสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมา ทั้งที่แสดงออกรับรู้ได้ และไม่แสดงออกรับรู้ไม่ได้ ที่รับรู้ได้ คือ การกระทำ ที่รับรู้ไม่ได้ คือ ความรู้สึก นึกคิด

2.2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

- ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือ วัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการ หรือ วัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

- ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือ ความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

- สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
- การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไปจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

- การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

- ผลที่ได้รับ หรือ ผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

- ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่า เขาประสบความผิดหวัง อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้นประกอบด้วยเป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ได้รับ ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของมนุษย์

2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ควรทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งขึ้นกับสภาพสังคม ที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึง ปัจจัยที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ ดังนี้

- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจ เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใด ที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักถูกจัดอันดับต้น ๆ เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออก ทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะเข้าไปในทุก ๆ ด้าน แต่หากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศพื้นฐานที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยว ย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งด้วย

- ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้ว จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชกรน้อย ๆ

- ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือ หรือ สแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานาน ๆ เพราะ ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือ แหล่งบันเทิงในร่ม (In house Entertainment) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยว ถูกปัจจัยทางด้าน

สังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นใด ท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

- ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เพราะนักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าเกิดอะไรขึ้นเมื่อใด

- ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อทางดาวเทียม และอื่น ๆ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม

- ปัจจัยทางเวลา สภาพ และสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้านนี้ มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาก ด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยว หรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใด ปัจจัยหนึ่งไม่พร้อม ก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางทันที อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นได้

- ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการ ด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจอง สำรองที่นั่งเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวก รวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ และแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสื่อมวลชน ปัจจัยทางเวลา สภาพ และสุขภาพ ปัจจัยทางเทคโนโลยี เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่าความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้

2.2.4 ความหมายและคำจำกัดความลักษณะทางประชากรศาสตร์

สันทัด เสริมศรี (2539) กล่าวว่าประชากรศาสตร์ หมายถึง การหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากร และการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร ซึ่งคำว่า demography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกสองคำ คือ demo ซึ่งหมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือ ราษฎร ตรงกับคำว่า “people” ในภาษาอังกฤษ ส่วนคำว่า graphy ตรงกับคำในภาษาอังกฤษคือ “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งหมายถึง การเขียน การบรรยาย หรือการพรรณนารูปร่างลักษณะ และเทียบได้กับคำว่า “ศาสตร์” ในภาษาไทย ดังนั้นเมื่อรวมทั้งสองเข้าด้วยกัน Demography (ประชากรศาสตร์) จึงหมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) กล่าวถึง ความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ว่าหมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

Hanna & Wozniak (2001) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา สำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายเงินของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ (2550) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1) เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย เพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมมารดาบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่เพศหญิงทำงานมากขึ้น

2) อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุ ส่วนนี้เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่า คนที่อายุมาก ในขณะที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวัง ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้อาจจะเป็นตัวการชี้ ในความมี หรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยกเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพร่วมกัน

2.2.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.2.5.1 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Telfer and Sharpley (2008) ได้กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน โดยจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพราะ เหตุใด อย่างไร และเกิดอะไรขึ้นกับนักท่องเที่ยวบ้าง ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวมักได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ มากมาย

Mathieson and Wall (1982) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

- 1) การรับรู้ หรือ การตระหนักถึงความจำเป็น และความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) การรวบรวมข้อมูลและการประเมินผลภาพลักษณ์เกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ
- 4) การเตรียมตัวเดินทางท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว
- 5) การประเมินผลความพึงพอใจที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวเพิ่มเติม ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจว่า หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการ ทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์ มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมด ที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจอร์รายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อ ท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1. มีความพึงพอใจ 2. ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทักษะคิดของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้ บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต้อการ ท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่น ไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

สรุปได้ว่าพฤติกรรม คือ การแสดงออกจากภายในและภายนอกของบุคคล ภายใน คือ จะแสดงภายในตัวบุคคล เช่น การตัดสินใจ ภายนอก คือ จะแสดงให้บุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้ เช่น สีหน้า หรือการพูด ท่าทาง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ตลอดจนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ทักษะคิดของนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต และ มีการตัดสินใจที่จะไปเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จึงเกิดเป็นพฤติกรรม หรือ การกระทำ คือ การออกไปท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสนใจ

2.3.1 ความหมายของความสนใจ

ความสนใจเป็นสิ่งที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการที่คนเรามีความสนใจในสิ่งใด เป็นพื้นฐาน ย่อมส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ ผู้ที่มีความสนใจในสิ่งใด มักจะทำสิ่งนั้นได้ดีกว่าสิ่งที่ปราศจากความสนใจ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของ ความสนใจ ไว้ต่าง ๆ กัน เช่น

ปราณี ศรีใสคำ (2531) ได้ให้ความหมาย ความสนใจ ไว้ว่า เป็นความรู้สึกชอบในกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่ง โดยเฉพาะ ความรู้สึกนี้ทำให้บุคคลนั้นเอาใจใส่ และกระทำงาน บรรลุถึงจุดมุ่งหมายที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น

ระวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์ (2533) กล่าวว่า ความสนใจหมายถึง สักยภาพภายในของบุคคลที่รู้สึกพอใจ ต้องการ อยากรู้ อยากรู้อยากเห็นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และพยายามจะกระทำสิ่งนั้นให้สำเร็จ

สมศักดิ์ คำศรี (2534) กล่าวว่า ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจในการทำกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งวัดได้จากแบบสำรวจความสนใจ หรือความโน้มเอียงที่แสวงหากิจกรรม วัตถุประสงค์ และมีแนวโน้มที่จะเลือกทำสิ่งนั้นมากกว่าสิ่งอื่น ๆ

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ (2543) กล่าวว่า ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกชื่นชอบ กิจกรรมหนึ่งมากกว่าอีกกิจกรรมอื่น ๆ

อภิชาติ เพชรพลอย (2543) กล่าวว่า ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้สึกนั้นส่งผลทำให้บุคคลเอาใจใส่ และแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น ที่จะเข้าร่วมในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ มีการรับรู้และมีการตอบสนองต่อการรับรู้แล้วเกิดการยอมรับคุณค่าในที่สุด

สุรัชย์ จามรเนียม (2548) กล่าวว่า ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบเอาใจใส่ การจดจ่อในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและพร้อมที่จะเสาะหา หรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ มีความตั้งใจ ทำกิจกรรมนั้นด้วยความเอาใจใส่ มีการรับรู้และตอบสนอง

Oppenheimer & Heller (1984) อธิบายถึงความสนใจว่ามีความสำคัญต่อการกระทำของมนุษย์ โดยที่ มนุษย์มุ่งหวังเป้าหมายสิ่งใดก็จะมาจากความต้องการและความสนใจส่วนบุคคล และส่งผลไปสู่การกระทำเพื่อให้ได้มาดังความสนใจของตนเอง โดยที่ความสนใจนั้นยังอาจสร้างค่านิยมส่วนตัวบางอย่างได้ด้วย

จากความหมายของความสนใจที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ไว้ สรุปได้ว่าความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้สึกนั้น ส่งผลให้บุคคลเอาใจใส่ และแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น ที่จะเข้าร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งนั้น และ เกิดความพร้อมที่จะกระทำให้สำเร็จบรรลุจุดมุ่งหมาย อีกทั้งยังเห็นความสำคัญของสิ่งนั้น ๆ มีการรับรู้ และมีการตอบสนองต่อการรับรู้แล้วเกิดการยอมรับในคุณค่าในที่สุด ซึ่งความสนใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกชอบในการท่องเที่ยว ซึ่งความรู้สึกนี้จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นที่จะท่องเที่ยว และมีความตั้งใจที่จะออกไปท่องเที่ยว

2.3.2 ลักษณะ ประเภท และองค์ประกอบของความสนใจ

สุรชัย จามรเนียน (2548) ได้แบ่ง ประเภทความสนใจ โดยยึดเอาเป้าแห่งความสนใจ ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ความสนใจโดยส่วนรวม เป็นสภาพภายในจิตของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด ๆ โดยกว้างเป็นส่วนรวม เช่น ความสนใจในชีวิตมักแสดงออกมาในรูปของทัศนคติที่มีต่อชีวิต ความสนใจในโลก เช่น การมองโลกในแง่ดี มองโลกในแง่ร้าย เป็นต้น

2) ความสนใจเฉพาะ เป็นการมุ่งความสนใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างละเอียด โดยตรง เช่น ความสนใจในการแต่งกาย ความสนใจในการแสวงหาความรู้ ความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น ถ้าบุคคลมีความสนใจมากก็มีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมในการทำกิจกรรมเหล่านั้นมากขึ้น

บงกช สัปพันท์ (2529) ได้รวบรวมองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสนใจ ไว้ดังนี้

1) ความสนใจนั้นเกิดขึ้นจากความพร้อม ความต้องการและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

2) ความสนใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นเรื่องแต่ละบุคคล โดยเฉพาะทุกคนจะมีความ สนใจในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

3) ความสนใจนั้นมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับสุขภาพร่างกาย จะสนใจสิ่งใดเป็นระยะสั้น หรือยาวขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของร่างกาย

4) ความสนใจเฉพาะอย่างนั้นอาจเปลี่ยนไปตามวัย และเวลาของแต่ละบุคคล แต่แบบแผนของความสนใจค่อนข้างคงที่ ทำให้การวัดความสนใจ ช่วยทำนายความสนใจอนาคตของตนได้

5) ความสนใจมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับจิตใจ และเซาว์ปัญญาของบุคคล ผู้ที่มีระดับของเซาว์ปัญญาต่ำจะสนใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่มาก และไม่สลับซับซ้อนนัก ต่างกับผู้ที่มีเซาว์ปัญญาสูงมักจะสนใจหลายๆ สิ่งในเวลาเดียวกัน และเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนมาก

6) ความสนใจมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับรากฐานทางประสบการณ์ หากขาดประสบการณ์ อาจส่งผลให้ไม่สนใจ เป็นเพียงความรู้อยากเห็นชั่วคราวแล้วเลิกความสนใจไป

จากองค์ประกอบที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สรุปได้ว่าโดยทั่วไปคนเรามีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ๆ เช่น การศึกษาอบรม ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม นอกจากสิ่งภายนอกแล้วยัง รวมถึงบุคลิกภาพของบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับสติปัญญา ความสามารถทางร่างกาย และ ความถนัดตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสนใจด้วย ซึ่งคนบางกลุ่มก็มีความสนใจในเรื่องการโหยหาอดีต และความสนใจนั้นก่อให้เกิดการกระทำ เช่น การออกไปท่องเที่ยวยังสถานที่ ที่ทำให้รู้สึกได้โหยหาอดีต เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต นั้นต้องศึกษาตามความสนใจของผู้ที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตว่าผู้ที่สนใจนั้นสนใจในองค์ประกอบใด เพราะ แต่ละบุคคลย่อมมีความสนใจต่างกัน เพื่อที่สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตได้ตรงกับความต้องการได้อย่างแท้จริง

2.3.3 สาเหตุที่ทำให้เกิดความสนใจ

ความสนใจเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ทุกคนอาจสนใจสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป สิ่งที่คนหนึ่งสนใจอาจไม่เป็นที่สนใจของคนหนึ่ง ขณะเดียวกันระดับความสนใจของแต่ละคนก็แตกต่างกันไป ทั้งนี้เนื่องมาจากสาเหตุและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความสนใจไว้ ดังนี้

จรินทร์ สกุลถาวร (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า ความสนใจเกิดขึ้นจากสาเหตุต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ความต้องการ เช่น อยากเป็นคนเรียนเก่งก็ต้องพยายามสนใจบทเรียน เพื่อจะได้ทำให้ตนเองเข้าใจ และจะได้สอบได้ที่ 1

2) การเอาอย่างสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่คนในหมู่คณะนิยม หรือสนใจอยากจะทำ ให้คนที่เข้าร่วมสนใจตามไปด้วย เช่น เด็กส่วนมากเมื่อเห็น พ่อ แม่ ครู หรือเพื่อชอบ หรือสนใจสิ่งใด ก็จะสนใจสิ่งนั้นตามไปด้วย

3) การอ่านหนังสือช่วยให้เกิดความสนใจ เช่น การอ่านชีวประวัติของนักประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ จะทำให้ผู้อ่านนั้นมีความสนใจที่จะคิดประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ บ้าง

4) การศึกษา หรือการฝึกอบรมควมริความสามารถในสิ่งใดสิ่งหนึ่งย่อมทำให้เกิดความสนใจขึ้น แม้ว่าในตอนแรกนั้นยังไม่มีควมสนใจเลย เช่น นักเรียนเรียนภาษาอังกฤษเมื่อ อ่าน ฟัง และเขียนได้ จะมีความสนใจในวิชาภาษาอังกฤษมากขึ้น

5) ความแปลกประหลาด เมื่อได้พบเห็นสิ่งของที่แปลกประหลาด หรือไม่เคยพบเห็นมาก่อนจะทำให้เกิดควมสนใจในสิ่งนั้นขึ้น เช่น เด็กที่ไม่เคยเห็นฮิปโป เมื่อได้ไปเที่ยวสวนสัตว์ และได้พบเห็นฮิปโปครั้งแรกจะเกิดควมสนใจตัวฮิปโปอย่างมาก

กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้คนเกิดควมสนใจ มีดังนี้

1) เกิดจากการติดต่อดสัมพันธ์ (Association) เช่น จากการอ่าน การติดต่อดสิ่งใดที่ทำความพอใจให้ หรือเห็นสิ่งนั้นจะให้ประโยชน์

2) สิ่งกระตุ้น ความสนใจเกิดจากสิ่งกระตุ้นหลาย ๆ ลักษณะ

3) ความรู้สามารถที่จะกระทำสิ่งใดได้ ย่อมจะเป็นเหตุให้เกิดควมสนใจในสิ่งนั้นได้ เช่น คนที่พูดภาษาอังกฤษได้ย่อมสนใจภาษาอังกฤษ

4) ความสนใจเกิดจากการได้รับผลสำเร็จ ถ้าทำงานประสบความสำเร็จได้รับคำชมเชยจะเกิดควมภาคภูมิใจ และเกิดควมสนใจที่จะทำงานนั้นให้ดีขึ้นเพราะมีกำลังใจที่จะปฏิบัติงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้นอีก

5) ความสนใจเกิดจากความต้องการ บุคคลมีความต้องการทั้งทางร่างกายทางจิตใจ ทางสังคม ความต้องการทำให้คนเราพยายามหาทางบำบัดความต้องการ สนใจที่จะแสวงหา ลู่ทางสู่ความสำเร็จ

6) เกิดจากสิ่งแวดล้อม เช่น เป็นชาวประมงน้ำตื้นเล่นเรือใบไปหาปลาอยู่เป็นประจำ ว่ายน้ำ ดำน้ำเก่ง จึงสนใจกีฬาแข่งเรือใบ สิ่งแวดล้อม ความเคยชินความชำนาญ

7) เกิดจากการฝึกอบรม โน้มนำให้เกิดควมสนใจ

8) เกิดจากการยกย่องชมเชยจากสังคมจากผู้ที่เราเคารพนับถือ ย่อมมีอิทธิพลส่งเสริมให้ควมสนใจเข้มแข็งขึ้น และดำเนินต่อไป

9) ความช่วยเหลือของบุคคลซึ่งเคยสนใจมาแล้วช่วยกระตุ้นให้เกิดควมสนใจตาม

จากสาเหตุที่ทำให้เกิดควมสนใจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้ที่จะมีความสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อม และประสบการณ์ที่ได้รับ รวมทั้งการเรียนรู้จากประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ตนเองยังไม่เคยได้รับมาก่อน จะทำให้เกิดควมสนใจในการเรียนรู้ในสิ่งนั้นขึ้น

2.3.4 ความสัมพันธ์ของความสนใจและแรงจูงใจ

2.3.4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ให้ความหมายว่าการจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีพลังมีคุณค่ามีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจ เต็มใจความพยายาม หรือพลังภายในตนเองรวมทั้งการเพิ่มพูนความสามารถ ที่จะทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุด

พลุสุข สังข์รุ่ง (2550) กล่าวถึงการจูงใจ (Motivation) หมายถึง การที่บุคคลแสดงออกซึ่งความต้องการ ในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การทำให้ตื่นตัว (Arousal) การคาดหวัง (Expectancy) การใช้เครื่องล่อใจ (Incentives) และการลงโทษ (Punishment) มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย หรือเงื่อนไขที่ต้องการ

ชลียา ด้านทิพารักษ์ (2543) ให้ความหมายของแรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งเร้าที่มากระตุ้นให้เกิดความเต็มใจของบุคคล ในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุสู่เป้าหมาย

ฐนิตา ปัตตานี (2546) ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าแล้วทำให้เกิดพลังที่แสดงออกทางพฤติกรรมเพื่อจะนำไปสู่จุดประสงค์ของตนเอง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นพลัง และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายใน หรือภายนอกเพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันก็ได้

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง การกระทำ หรือพฤติกรรมใน ตัวของบุคคล ซึ่งถูกกระตุ้น โดยสิ่งเร้าหรือสิ่งจูงใจให้แสดงออก ซึ่งความต้องการในการกระทำสิ่งใด สิ่งหนึ่งที่จะเป็นพลังผลักดัน ให้บุคคลกระทำการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเมื่อประสบความสำเร็จก็จะรู้สึกภาคภูมิใจ

2.3.4.2 ประเภทของแรงจูงใจ

รวิวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ตามวิธีการแบ่งของนักจิตวิทยา ซึ่งได้แก่

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาพของบุคคลที่มีความต้องการที่จะ เรียนรู้หรือแสวงหาบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง โดยมีต้องให้บุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องมาบังคับ หรือเพราะมีสิ่งล่อใจใด ๆ การจูงใจประเภทนี้ ได้แก่

1.1) ความต้องการ (Need) เนื่องจากคนทุกคนมีความต้องการที่อยู่ภายในอันจะทำให้เกิดแรงขับ แรงขับนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

1.2) ทักษะคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดี ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะช่วยเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำพฤติกรรมที่เหมาะสม

1.3) ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความเอาใจใส่ ในสิ่งนั้น ๆ มากกว่าปกติ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง หรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ ได้แก่

2.1) เป้าหมาย หรือความคาดหวังของบุคคล

2.2) ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้นย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

2.3) บุคลิกภาพความประทับใจ อันเกิดจากบุคลิกภาพจะจูงใจให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ เช่น นักปกครองผู้จัดการจะต้องมีบุคลิกภาพของนักบริหาร หรือผู้นำที่ดี เป็นต้น

2.4) เครื่องล่อใจอื่น ๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่จะก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้น เช่น การให้รางวัล (Rewards) อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้อยากกระทำ หรือการลงโทษ (Punishment) ซึ่งกระตุ้นมิให้กระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนั้นการชมเชย (Praise) การติเตียน (Blame) การประกวด (Contest) การแข่งขัน (Competition) หรือแม้แต่การทดสอบ (Test) ก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ประเภทของแรงจูงใจ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามธรรมชาติและลักษณะของการเกิดสิ่งจูงใจ ดังนี้ ประเภทที่หนึ่ง คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการพื้นฐานภายในร่างกาย ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่มีมาแต่กำเนิด และเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ประเภทที่สอง แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการที่ถูกกระตุ้นจากภายนอกร่างกาย แรงจูงใจลักษณะนี้เกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลที่อยู่ในสังคม และได้เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

รวมทั้งการถูกหล่อหลอมด้วยวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และความเชื่อของคนในสังคมที่คนอาศัยอยู่ ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นความต้องการที่อยากรู้ อยากเห็น และแสวงหาความต้องการทางสังคมขึ้น เช่น การต้องการความรักความสำเร็จ การยกย่องจากคนอื่น อำนาจเกียรติยศชื่อเสียง เป็นต้น

2.3.4.3 องค์ประกอบที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจ

การที่มนุษย์จะเต็มใจ หรือมีแรงจูงใจที่จะปฏิบัติงานให้ได้ผลเต็มที่ หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ หรือบุคลิกส่วนตัวของเขาเองหลาย ๆ ประการ นอกเหนือจากสิ่งจูงใจ หรือองค์ประกอบจากภายนอกต่าง ๆ แล้ว สิ่งต่อไปนี้ ถือว่ามีความสำคัญต่อการที่บุคคลจะเกิดแรงจูงใจต่อการทำกิจกรรมอย่างใด อย่างหนึ่งเป็นอย่างยิ่ง คือ

- ความสนใจ คนที่มีความสนใจในงานของคนจะมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจต่องานที่คนต้องปฏิบัติอยู่ ย่อมต้องการที่จะเข้าใจถึงลักษณะของงาน ความชำนาญ หรือความรู้ที่ต้องใช้ และย่อมจะหาทางปรับปรุงตนเองให้เหมาะสมกับงานอย่างดีที่สุด ขณะเดียวกันก็รู้สึกเพลิดเพลินสนุกสนานกับงาน โดยอาจคาดหวังถึงผลที่จะได้รับ หรือสนุกกับการทำงานนั้น ๆ โดยไม่คำนึงถึงผลตอบแทนมากนัก

- ความต้องการ คนที่มีความต้องการ หมายถึง บุคคลนั้นขาดบางสิ่งบางอย่างที่จำเป็น และการได้ทำงาน หรือกิจกรรมบางอย่างเป็นผลสำเร็จจะช่วยให้เขาได้รับการตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ดังนั้น จึงมีความทุ่มเทให้กับกิจกรรมที่ทำเพื่อให้ผลประสบความสำเร็จตามที่ตนต้องการให้ได้

- ค่านิยม เป็นสิ่งหรือเป้าหมายที่บุคคลถือว่ามีคุณค่า หรือสำคัญอย่างยิ่งในชีวิต มีส่วนในการชักจูงใจให้เกิดพลัง และกำหนดทิศทางในการทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่เขาเชื่อถือได้ ค่านิยมมีส่วนในการสร้างแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์เป็นอย่างมาก

- ทักษะ ทักษะที่บุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หมายถึง ความเชื่อ อารมณ์ หรือ ความรู้สึกที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่ง นั้นหรือบุคคลนั้น ๆ ถ้าบุคคลใดชอบงานที่ตนทำ หรือ ชอบหัวหน้างานก็ย่อมทำให้เขาได้รับความพอใจในการทำงาน ย่อมทำให้มีแรงจูงใจต่อการ ทำงานในสถานทีนั้น ๆ บุคคลย่อมเสาะหากิจกรรมหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองมีทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งนั้น

- ความปรารถนา หรือความทะเยอทะยาน ได้แก่ ความมุ่งหวัง หรือความ ต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความสำเร็จ เงิน ชื่อเสียง เป็นต้น ที่เห็นว่ามีคุณค่าสำหรับเขา และเป็นสิ่งที่เขาต้องการ หากบุคคลใดที่มีความทะเยอทะยานหรือความปรารถนาในระดับสูง บุคคลก็พยายามเป็นพิเศษในการที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างดีและเต็มความสามารถ

- สิ่งล่อใจ ได้แก่ สิ่งที่บุคคลเห็นว่ามีความสามารถที่จะทำให้แรงขับหรือ แรงจูงใจที่ตื่นตัวของเขาได้รับการตอบสนอง ที่เป็นทีพึงพอใจสิ่งล่อใจจึงเป็นสิ่งซึ่งดึงดูดให้บุคคลนั้นกระทำสิ่งต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้รับสิ่งล่อใจนั้น ๆ

กล่าวโดยสรุปถึงความสัมพันธ์ของความสนใจและแรงจูงใจนั้นคือ เมื่อมนุษย์เกิดความสนใจในสิ่งใดแล้วก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมที่อยากทำตามมา ซึ่งในบริบทนี้คือแรงจูงใจที่อยากไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ซึ่งก็จะมาจากความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ความสนใจจะเกิดขึ้นจากแรงจูงใจภายในที่อาจจะมาตั้งแต่กำเนิดหรือการเรียนรู้แสวงหาด้วยตัวเอง หรือจากภายนอก เช่น อิทธิพลจากสื่อ ซึ่งปัจจุบันกระแสการโหยหาอดีตนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก จึงก่อให้เกิดความปรารถนา ความสนใจและจูงใจไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในที่สุดหากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวต้องการเมื่อมีโอกาสในอนาคต

3. นักท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

นิตา ชัชกุล (2554) ผู้มาเยือน visitor เป็นคำทั่วไป ให้หมายถึงบุคคลผู้ซึ่งมา หรือไปยังประเทศหนึ่ง ซึ่งมีใช้การอยู่อาศัยชั่วคราว ด้วยเหตุจูงใจใดก็ได้ ซึ่งมีใช่เป็นการไปประกอบอาชีพที่ได้รับค่าจ้างตอบแทน และเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง และอย่างมากไม่เกิน 6 เดือน และในนิยามยังบัญญัติให้มีผู้มาเยือน 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยว tourists และ นักทัศนจร Excursionist ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (tourists) คือผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในประเทศที่ไปเยือนและมีเหตุจูงใจในการไปเพื่อ

1.1) เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพเพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

1.2) เพื่อการปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว และการประชุมต่าง ๆ

2. นักทัศนจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศเพียงวันเดียว หรือ น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมีได้พักกลางคืน รวมทั้งผู้โดยสารพาหนะเดินทางประเภทเรือสำราญด้วย

เบญจมาศ อุทกศิริ (2549) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นิยามความหมายโดยแยกเป็น

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพ หรือ หารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยว และผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

2. นักทัศนจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่พักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนจร แต่ผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินจะไม่นับว่าเป็นนักทัศนจร

3. ผู้มาเยือน (Visitor) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือเป็นนักทัศนจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงโฮมฮาตีดั้งเดิม ผู้จะทำได้พบททววรรณกรรมและกล่าวไว้ใน หน้า 8 ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงโฮมฮาตีดั้งเดิม ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ไม่ได้เป็นกลุ่มที่มองหาวัฒนธรรมของผู้อื่น แต่แสวงหาวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ (Ancestral Culture) เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ผ่านการไปเยี่ยมชมสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่เคยเกิดขึ้นในอดีต อย่างไรก็ตามด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโฮมฮาตีดั้งเดิมมีคำจำกัดความงานวิจัยว่าเป็นสิ่งก่อสร้างขึ้นมาใหม่ กลิ่นไอบรรยากาศโบราณที่หาไม่ได้ในปัจจุบัน จึงเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คาดหวัง นอกจากนี้ข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโฮมฮาตีดั้งเดิมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นสิ่งก่อสร้างใหม่ ทำให้ในเขตบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักเพื่อค้างคืนอย่างจำกัด ดังนั้นหากพิจารณาจากนิยามที่ได้พบททวแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะกลายเป็นนักทัศนจรผู้ซึ่งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่ถึง 24 ชั่วโมงแทน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยในประเทศ

สุริชา คำรงค์ศรี (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุก ตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ รายได้ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม และเป็นรายด้านแตกต่างกัน

เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555) ศึกษาความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ที่เสนอในบันทึกข้อตกลงฮอยอัน (Hoi An Protocols, 2009) สำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเด็นความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การโหยหาอดีตเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดสามชุก ทั้งนี้เนื่องมาจากชุมชนยังคงมีความจริงแท้ในมิติตำแหน่งและสถานที่ (Location and setting) และรูปแบบและการออกแบบ (Form and design) อย่างไรก็ตามความจริงแท้ในมิติน้ำที่และการใช้สอย (Use and function) ได้เปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางของปรากฏการณ์ โหยหาอดีต กล่าวคือ ตลาดเก่าหลายแห่งได้มีน้ำที่และการใช้สอยใหม่ ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรับรู้และประเมินความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ได้เป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวไม่สนใจมากนักกับความจริงแท้ของสถานท่องเที่ยวดังกล่าว จากผลการศึกษาพบว่า ความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวจะกลายเป็นความ ทำทายเป็นสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตอย่างยั่งยืน

นิพัทธ์พงษ์ พุ่มมา และ ณรงค์กรธร รอดทรัพย์ (2555) ศึกษาโหยหาอดีตกับกระแสอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของปรากฏการณ์โหยหาอดีตที่เกิดขึ้นในสังคม ตลอดจนให้เห็น โครงสร้าง ส่วนประกอบและรูปแบบของการท่องเที่ยวในแนวทางโหยหาอดีต ผลการศึกษาพบการท่องเที่ยวแนวโหยหาอดีต 3 รูปแบบคือ 1) การเสนอภาพลักษณ์ท้องถิ่น 2) การเสนอสินค้าเชิงท่องเที่ยว และ 3) การเสนอภาพลักษณ์ของประเทศ ผลการวิจัย พบว่า เมื่อพิจารณาในประเด็นที่เกี่ยวกับการสะท้อนแนวคิดโหยหาอดีต (Nostalgia) กับกระแสอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทไทย อาจกล่าวได้ว่าระดับความใกล้ชิด โดดของเนื้อหาในอดีต ตลอดจนความทรงจำร่วมของผู้คนในสังคมนั้นมีส่วน

สัมพันธ์อย่างยิ่งกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะโหยหาอดีต คือ ระดับการย้อนอดีตอันไกลโพ้นซึ่งคนรุ่นเก่า และคนรุ่นใหม่เกิดไม่ทัน เช่น อดีตในสมัยรัชกาลที่ 5 สมัยกรุงศรีอยุธยา ตำนานเล่าขานสืบมา เหล่านี้ย่อมมีส่วนผลักดันเกื้อหนุนให้เกิดทั้ง การประกอบสร้าง และ การรื้อฟื้น ความทรงจำนั้น ๆ กลับมาอีกครั้ง ดังแสดงได้จากการขุดค้นและรื้อฟื้นสถานที่ที่เกี่ยวกับบุคคลในประวัติศาสตร์

วิคเนียร์ มายอร์ (2555) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพสมรส มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน

พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา สินค้า และบริการด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ด้านสถานที่ และการเข้าถึงแหล่ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับหนึ่ง (CFA) พบว่า ปัจจัยข้างต้นทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันของนักท่องเที่ยว

เฉลิมรัชต์ เข้มราช (2557) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น กรณีศึกษา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้านอายุ รายได้ สถานภาพการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน เมื่อพิจารณา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และปัจจัยภายนอกโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ ทั้ง 3 สถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานที่

ท่องเที่ยวที่ต่างกัน โดยมีการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มาใช้บริหารสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละงาน ไตรนีพาร์ค และ ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม มองว่าปัจจัยภายนอกไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยว ยกเว้น รถก หัวหิน ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้ถึงประวัติศาสตร์ มองว่าปัจจัยภายนอก มีผลต่อการมาท่องเที่ยว

เจษฎารัตน์ กล่ำศรี และ วรินทรา ศรีสุทธิกุล (2557) ศึกษาความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หัวหิน โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม คือ เพลินวาน การรับข้อมูลการท่องเที่ยวได้รับมาจากเพื่อน และญาติ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หัวหิน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการอยู่ในระดับพอใจ

ชิตวาร ประดิษฐ์รอด (2557) ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของคณวิยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานคร

เมลดดา ธนิตนันท์ (2560) ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการมาเที่ยว โดยด้านแรงจูงใจนั้นแบ่งเป็นด้านปัจจัยหลัก (เหตุผล) และด้านปัจจัยดึงดูด และในด้านความพึงพอใจแบ่งตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการด้านคมนาคม และด้านการต้อนรับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดย การสุ่มแบบสะดวก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ และอาชีพ ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของแรงจูงใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกัน

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

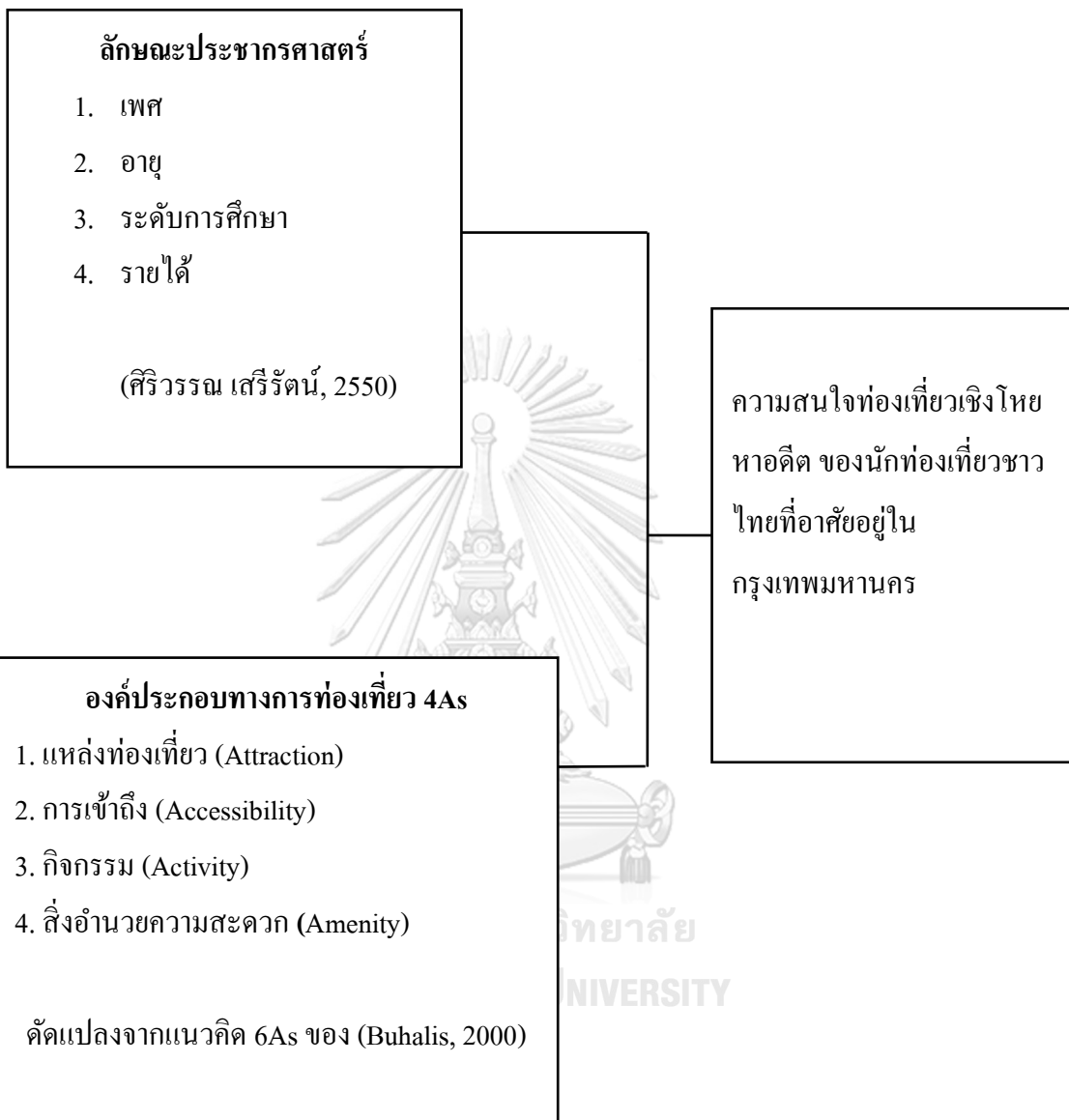
Morales et al. (2009) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของการเปลี่ยนแปลงครอบครัวระหว่างประเทศกับรายได้จากการท่องเที่ยวโหยหาอดีตในชุมชน Zapotec ใน San Francisco Cajonos, Oaxaca ผลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องมากที่สุดคือการจ่ายเงินค่าเลี้ยงดูครอบครัว

ระหว่างประเทศเพิ่มการบริโภคของครัวเรือน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวโยยหาอดีตทำให้เกิดการผลิตในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการพึ่งพาภูมิภาคในทั้งสองกรณี ในทางตรงกันข้ามชุมชนขาดสถาบันการเงินที่สามารถริใช้เกิดสภาพคล่องที่เกิดจากการอพยพการท่องเที่ยวโยยหาอดีต และการอุดหนุนจากรัฐบาล ในส่วนอื่น ๆ จะไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการให้เพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงรุกจะเป็นแนวทางที่แท้จริงในการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจในท้องถิ่น แต่ก็ต้องเผชิญกับจุดอ่อนของการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ นั่นก็คือลักษณะการท่องเที่ยวตามฤดูกาลของการท่องเที่ยวและระยะเวลาสั้น ๆ ในการเข้าพัก นอกจากนี้จำเป็นต้องมีการลงทุนในบริการเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

Verma & Rajengran (2017) ศึกษาถึงผลกระทบของความคิดถึงอดีตที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางไปยังมรดกทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความจงรักภักดีของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ผ่านการรับรู้ ความรู้สึกและความพึงพอใจ การสำรวจได้ดำเนินการที่หนึ่งในมรดกโลกทางวัฒนธรรม Mahabalipuram, India ผลการวิจัยพบว่า ความคิดถึงในอดีตมีผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในคุณค่าความพึงพอใจและความจงรักภักดีของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยแนะนำให้ผู้จัดการฝ่ายการท่องเที่ยวใช้ข้อมูลสำรวจและโครงสร้างทางประวัติศาสตร์เพื่อทำให้เกิดความคิดถึงทางประวัติศาสตร์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

Kim & Kim (2018) ศึกษาบทบาทของความคิดถึงอดีตในการท่องเที่ยวภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวภาพยนตร์ที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวภาพยนตร์เกาหลีที่มีศักยภาพเข้าเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ฮ่องกงที่ทำจากช่วงทศวรรษที่ 1970 ถึงปลายทศวรรษที่ 1990 ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดเรื่องความคิดถึงอดีตในบริบทของการท่องเที่ยวภาพยนตร์ มีหลายมิติ และประกอบด้วยโดเมนที่ระบุถึงห้าแห่ง "ความทรงจำของฉากหลัง "และ" ความทรงจำเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมฮ่องกงมีความหมายในการอธิบายความคุ้นเคยกับจุดหมายปลายทางของภาพยนตร์และความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวภาพยนตร์เรื่องนี้ ความแตกต่างในลักษณะของโปรไฟล์ของผู้ตอบ ถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มที่สร้างโดยใช้โดเมนที่แยกออกมา 2 กลุ่มนี้มีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ความแตกต่างเหล่านี้รวมถึงกิจกรรมที่ต้องการ หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวและโปรไฟล์ทางสังคมและประชากร ผลการศึกษานี้พบว่าความคิดถึงอดีตในภาพยนตร์เป็นตัวแปรแบ่งกลุ่มที่สำคัญ และการศึกษาสามารถนำมาใช้โดยนักการตลาดภาพยนตร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือโปรแกรมใหม่ ๆ และเพื่อให้ตรงกับประสบการณ์ในสถานที่ของพวกเขา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากร

ชาวไทยที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวน 5,630,106 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้สูตรในการคำนวณ ตามวิธีของยามานะ (Yamane, 1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนคน
 N = ขนาดประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้น ด้วยขนาดประชากร 4,336,313 คน ขนาดที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ

$$n = \frac{5,630,106}{1 + 5,630,106 (0.05)^2}$$
$$n = 399.99 \text{ คน}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ $399.99 \approx 400$ คน โดยผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 เท่ากับ 40 คน รวม 440 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่าง (Polit & Hungler, 1995)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลกับผู้ที่ยินดีให้ข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามจนครบ 440 คน โดยมีคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในเขตจตุจักร บางเขน สายไหม และบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยอยู่เป็นเวลา 1 ปี ขึ้นไป
2. เป็นผู้ที่สนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตใน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสอบถามเพื่อเป็นการคัดกรองเบื้องต้นก่อนแจกแบบสอบถามว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลหรือไม่
3. เป็นผู้ที่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้
4. เป็นผู้ที่มีความยินดีและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต แหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต องค์กรประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

2. สร้างแบบสอบถาม เพื่อให้เครื่องมือมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงเกี่ยวกับองค์กรประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
2. การเข้าถึง (Accessibilities)
3. กิจกรรม (Activities)
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเมื่อทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จ นำแบบสอบถามดังกล่าวทำการปรับปรุง และแก้ไข โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เมื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่า

ดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้องความชัดเจนและความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียงกับ 1 มากที่สุด โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอ และเป็นสิ่งที่ยอมรับทางสถิติ (สิทธิ์ ชีรธรรม, 2552) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ผลเท่ากับ 0.76 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

4. หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้าย จากนั้นนำแบบสอบถามไป ทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม และเพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเที่ยง หรือความสอดคล้องภายใน โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าเป็นค่าที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ยุทธ ไกยวรรณ และ กุสุมา ผลพรม, 2553) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่อาศัยอยู่ในเขตคอนเมือง ซึ่งมีความหนาแน่นของประชากรเป็นอันดับ 5 ของกรุงเทพมหานคร เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของครอนบาค โดยค่าครอนบาค อัลฟา เท่ากับ 0.92

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 440 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีบุตรหรือไม่ และ สนใจหรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตหรือไม่ ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำนวน 5 ข้อ

โดยในส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะการตอบคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 440 ชุด กับชาวไทย จาก 4 เขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนบ้านมากที่สุด ซึ่งแสดงถึงความหนาแน่นของประชากรที่อาศัยในเขตนั้น ๆ โดย 4 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางเขน เขตสายไหม และเขตบางแค (ศูนย์กรุงเทพมหานคร, 2558) โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลในวันจันทร์-ศุกร์

แจกแบบสอบถามจำนวน 14 ชุดต่อวัน และในวันเสาร์ จำนวน 20 ชุดต่อวัน เฉลี่ยสัปดาห์ละ 110 ชุด โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง จากนั้นรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อย โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลในงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากการออกเก็บข้อมูล โดยแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) เป็นการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน

แบบสอบถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์

แบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และเรื่องความสนใจ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)

แบบสอบถามส่วนที่ 3

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความ

สนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และเรื่องความสนใจ

ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์

ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) แบบจำแนกทางเดียว One-Way ANOVA โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ และเรื่องความสนใจและหากพบว่ามีความต่างจะเปรียบเทียบความต่างกันรายคู่ด้วยวิธี LSD

แบบสอบถามส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับคำถามปลายเปิดที่จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการสรุปประเด็นสำคัญต่าง ๆ จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมาแจกแจงความถี่ในแต่ละประเด็นที่สรุปได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อในการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความเข้าใจ ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

n	หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
F-Value	หมายถึง ค่าพยากรณ์ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม
t	หมายถึง ค่าที (จากการทดสอบ Independent Sample t-test)
p	หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
SS	หมายถึง ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	หมายถึง ค่าเฉลี่ยยกกำลังสอง (Mean Square)
df	หมายถึง ค่าองศาอิสระ (Degree of freedom)
F	หมายถึง ค่าทดสอบของนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F)
Beta	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน
R	หมายถึง ค่าที่แสดงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระทั้งหมดกับตัวแปรตาม เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์พหุคูณ

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป และอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอในรูปแบบของตาราง และการอธิบายประกอบ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ส่วนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุตร และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	171	38.86
หญิง	269	61.14
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 61.14

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	123	27.95
31-40 ปี	101	22.95
41-50 ปี	85	19.33
51-60 ปี	50	11.36
60 ปีขึ้นไป	81	18.41
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 27.95 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 22.95 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 18.41

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	16	3.64
2) มัธยมศึกษา	72	16.36
3) ปวช.-ปวส. หรือ เทียบเท่า	102	23.19
4)ปริญญาตรี	193	43.86
5) สูงกว่าปริญญาตรี	57	12.95
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.86 รองลงมา คือ ปวช.-ปวส. หรือ เทียบเท่า จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 23.19

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1) นิสิต/นักศึกษา	49	11.14
2) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	16.58
3) ค้าขาย/รับจ้าง	82	18.64
4) ธุรกิจส่วนตัว	63	14.32
5) พนักงานบริษัทเอกชน	118	26.82
6) พ่อบ้าน/แม่บ้าน	47	10.68
7) อื่น ๆ	8	1.82
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 รองลงมา คือ ค้าขาย/รับจ้าง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 18.64 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 16.58 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 14.32

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	58	13.18
2) 10,001-30,000 บาท	195	44.32
3) 30,001-50,000 บาท	96	21.82
4) 50,001-70,000 บาท	46	10.45
5) 70,001-90,000 บาท	34	7.73
6) 90,001 บาท ขึ้นไป	11	2.50
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีบุตร

บุตร	จำนวน	ร้อยละ
มี	174	39.55
ไม่มี	266	60.45
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุตร แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีบุตร จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 60.45

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	จำนวน	ร้อยละ
1) ไม่เคยมีประสบการณ์ฯ แต่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	42	9.55
2) เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เช่น เมืองมัลลิกา จ.กาญจนบุรี เฟลีนวาน จ.ประจวบคีรีขันธ์	398	90.45
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 90.45 และไม่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตแต่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.55 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และด้านกิจกรรม (Activities)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวม

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	\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 8 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และ ด้านกิจกรรม (Activities) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.75$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ($\bar{X}= 3.94$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ($\bar{X}= 3.91$, S.D. = 0.60) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ($\bar{X}= 3.68$, S.D. = 0.58) และ ด้านกิจกรรม (Activities) ($\bar{X}= 3.47$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.20	0.85	มาก
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.06	1.11	มาก
3. ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	3.84	1.32	มาก
4. อัฒยาศย์ไมตรีของชุมชนและผู้ค้าขายในแหล่งท่องเที่ยว	3.61	1.29	มาก
5. กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาล ประเพณี ศาสนา หรือการตั้งซุ้มขายของลดราคาพิเศษ เป็นต้น	3.99	1.07	มาก
รวม	3.94	0.61	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.94$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีความคิดอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}= 4.20$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}= 4.06$, S.D. = 1.11) กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}= 3.99$, S.D. = 1.07) ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}= 3.84$, S.D. = 1.32) และอัฒยาศย์ไมตรีของชุมชนและผู้ค้าขายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}= 3.61$, S.D. = 1.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความสะดวก และเพียงพอของที่จอดรถ	3.75	1.28	มาก
2. ความสะอาด และเพียงพอของห้องน้ำ	4.01	1.02	มาก
3. ความสะอาด และ หลากหลายของ ร้านอาหาร	4.15	0.72	มาก
4. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีความเพียงพอต่อความต้องการ เช่น ประปา ไฟฟ้า เป็นต้น	4.25	0.89	มากที่สุด
5. การบริการตู้กดเงินสด	3.39	1.37	ปานกลาง
รวม	3.91	0.60	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ คือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีความเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X}=4.25$, S.D. = 0.89) ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ ความสะอาดหลากหลายของร้านอาหาร ($\bar{X}=4.15$, S.D. = 0.72) ความสะอาดเพียงพอของห้องน้ำ ($\bar{X}=4.01$, S.D. = 1.02) และความสะดวกเพียงพอของที่จอดรถ ($\bar{X}=3.75$, S.D. = 1.28) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ การบริการตู้กดเงินสด ($\bar{X}=3.39$, S.D. = 1.37)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ง่าย เช่น วัด ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น	3.71	1.09	มาก
2. ความหลากหลายของวิธีเดินทางมาท่องเที่ยว (พาหนะ)	3.45	1.25	มาก
3. ลักษณะของถนนในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	3.64	1.18	มาก
4. ความละเอียด และเพียงพอของป้ายบอกเส้นทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวและ สามารถหาจากแผนที่ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น google map หรือ GPS ได้ง่าย	4.11	0.95	มาก
5. ลักษณะของพื้นที่ และทางเดินพิเศษสำหรับรถเข็นวีลแชร์	3.51	1.19	มาก
รวม	3.68	0.58	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.68, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความละเอียดและเพียงพอของป้ายบอกเส้นทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว และสามารถหาจากแผนที่ทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ง่าย (\bar{X} = 4.11, S.D. = 0.95) รองลงมา คือ จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ง่าย (\bar{X} = 3.71, S.D. = 1.09) ลักษณะของถนนในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.64, S.D. = 1.18) ลักษณะของพื้นที่และทางเดินพิเศษสำหรับรถเข็นวีลแชร์ (\bar{X} = 3.51, S.D. = 1.19) และความหลากหลายของวิธีเดินทางมาท่องเที่ยว (พาหนะ) (\bar{X} = 3.45, S.D. = 1.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม (Activities)

ด้านกิจกรรม (Activities)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกทำ	3.07	1.40	ปานกลาง
2. กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมด้านระยะเวลา	3.35	1.29	ปานกลาง
3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมกับราคา	3.83	1.11	มาก
4. มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโหยหาอดีตให้ได้ลงมือทำ	3.14	1.28	ปานกลาง
5. ความสอดคล้องของกิจกรรมกับบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	3.97	1.11	มาก
รวม	3.47	0.59	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ข้อ คือ ความสอดคล้องของกิจกรรมกับบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ($\bar{X}=3.97$, S.D. = 1.11) และ กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมกับราคา ($\bar{X}=3.83$, S.D. = 1.11) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมด้านระยะเวลา ($\bar{X}=3.35$, S.D. = 1.29) มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโหยหาอดีตให้ได้ลงมือทำ ($\bar{X}=3.14$, S.D. = 1.28) และมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกทำ ($\bar{X}=3.07$, S.D. = 1.40)

ส่วนที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	\bar{X}	S.D.	ระดับความสนใจ
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และ ประสบการณ์ที่ไม่กลับมาแล้ว	4.22	0.90	มากที่สุด
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	4.20	1.11	มาก
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และ วัฒนธรรมดั้งเดิม	3.67	1.33	มาก
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	3.82	1.11	มาก
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.87	1.20	มาก
รวม	3.96	0.58	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.58) โดยมีระดับความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับมาแล้ว ข้ออื่น ๆ มีระดับความสนใจอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติม	ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบคำถามปลายเปิด (n=16) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
1. มีความสับสนระหว่างสถานที่สร้างใหม่ที่ดูเก่าแต่อาจจะไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เช่น มีการปรับแต่งสถานที่แบบตะวันตกในยุคโบราณซึ่งไม่มีในเมืองไทยมาก่อน	5
2. ราคาอาหารควรมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป (ควรมีเมนูราคาไม่เกิน 100 บาท) ให้ได้เลือกซื้อ/ราคาอาหารแพงเกินจริง	4
3. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น	2
4. อยากให้มีที่รับฝากของของนักท่องเที่ยว	2
5. อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวโหยหาอดีตมีบริการรับจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking	2
6. อยากให้แต่ละสถานที่มีผู้บรรยายแนะนำถึงอดีตว่าสถานที่นั้นเกี่ยวกับอดีตในยุคไหน อย่างไร	1

จากตารางที่ 14 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้นจำนวน 16 คน ดังนี้ มีความสับสนระหว่างสถานที่สร้างใหม่ที่ดูเก่าแต่อาจจะไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เช่น มีการปรับแต่งสถานที่แบบตะวันตกในยุคโบราณซึ่งไม่มีในเมืองไทยมาก่อน จำนวน 5 คน ราคาอาหารควรมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป (ควรมีเมนูราคาไม่เกิน 100 บาท) ให้ได้เลือกซื้อ/ราคาอาหารแพงเกินจริง จำนวน 4 คน ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น จำนวน 2 คน อยาก

ให้มีที่รับฝากของของนักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวโยฮฮาดิตมีบริการรับจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking จำนวน 2 คน และ อยากให้แต่ละสถานที่ที่มีผู้บรรยายแนะนำถึงอดีต ว่าสถานที่นั้นเกี่ยวกับอดีตในยุคไหน อย่างไร จำนวน 1 คน

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต จำแนกตามเพศ

ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต เนื่องจากต้องการได้ความรู้ลึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว	4.14	0.98	4.27	0.84	-1.508	0.132
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	4.28	1.01	4.15	1.17	1.217	0.224
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิม	3.60	1.32	3.72	1.34	-0.927	0.354
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	3.78	1.09	3.85	1.12	-0.645	0.519
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.82	1.24	3.90	1.17	-0.721	0.471
รวม	3.92	0.60	3.98	0.57	-0.971	0.332

จากตารางที่ 15 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยฮฮาดิตโดยรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามอายุ

	ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการให้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว	ระหว่างกลุ่ม	8.786	4	2.196	2.774	0.027*
	ภายในกลุ่ม	343.656	434	0.792		
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	6.360	4	1.590	1.295	0.271
	ภายในกลุ่ม	534.040	435	1.228		
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม	ระหว่างกลุ่ม	2.301	4	0.575	0.321	0.864
	ภายในกลุ่ม	778.915	435	1.791		
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	1.154	4	0.288	0.234	0.919
	ภายในกลุ่ม	535.662	435	1.231		
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	5.714	4	1.429	0.993	0.411
	ภายในกลุ่ม	625.901	435	1.439		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.301	4	0.325	0.968	0.425
	ภายในกลุ่ม	146.173	435	0.336		

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 16 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้ลึก และ ประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต จำแนกตามอายุ

	ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต												F-test	p
	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปีขึ้นไป		F-test	p		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เนื่องจากต้องการได้ความรู้ฝึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว	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. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	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. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม	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. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เพื่อหลีกเลี่ยงที่จอความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	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. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.03	1.11	3.77	1.27	3.76	1.27	3.78	1.22	3.91	1.15	0.993	0.411		
	4.02	0.58	3.97	0.56	3.91	0.61	3.84	0.64	3.97	0.54	0.968	0.425		
	รวม													

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 17 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธฮาอิติต เนื่องจากต้องการได้ความรู้ฝึก และ ประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบระดับความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	-	-0.03	-0.12	0.37*	-0.08
31-40 ปี		-	-0.08	0.41*	-0.05
41-50 ปี			-	0.49*	0.03
51-60 ปี				-	-0.46*
60 ปีขึ้นไป					-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 18 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว มากกว่าผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

	ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการ "ได้ความรู้ลึก และ ประสบการณ์ที่ไม่กลับมาแล้ว"	ระหว่างกลุ่ม	2.056	4	0.514	0.637	0.636	
	ภายในกลุ่ม	350.385	434	0.807			
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	1.572	4	0.393	0.317	0.866	
	ภายในกลุ่ม	538.828	435	1.239			
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิม	ระหว่างกลุ่ม	2.407	4	0.602	0.336	0.854	
	ภายในกลุ่ม	778.809	435	1.790			
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	1.253	4	0.313	0.254	0.907	
	ภายในกลุ่ม	535.563	435	1.231			
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	1.291	4	0.323	0.223	0.926	
	ภายในกลุ่ม	630.325	435	1.449			
	ระหว่างกลุ่ม	0.572	4	0.143	0.423	0.792	
	ภายในกลุ่ม	146.902	435	0.338			

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 19 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาของนิสิตวิทยาลัยการศึกษาระดับการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง

ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา	1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา		2) มัธยมศึกษา		3) ปวช.-ปวส. หรือเทียบเท่า		4)ปริญญาตรี		5) สูงกว่าปริญญาตรี		F-test	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา เนื่องจากต้องการได้ความรู้ฝึก และ ประสบการณ์ที่ไม่กลับลืมแล้ว	4.44	0.51	4.18	0.85	4.28	0.88	4.16	0.95	4.26	0.90	0.637	0.636
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา เพื่อ ไปด้วยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาที่ความโดดเด่นสวยงาม	4.31	1.25	4.32	1.01	4.17	1.08	4.17	1.15	4.19	1.14	0.317	0.866
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา เพื่อ ไปเรียนรู้วิถีกรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิม	3.63	1.41	3.79	1.26	3.65	1.33	3.61	1.37	3.77	1.34	0.336	0.854
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา เพื่อศึกษานานาชาติในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	3.94	1.18	3.76	1.13	3.85	1.09	3.84	1.08	3.72	1.19	0.254	0.907
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.06	1.24	3.94	1.15	3.87	1.13	3.84	1.25	3.82	1.23	0.223	0.926
รวม	4.08	0.46	4.00	0.69	3.96	0.52	3.92	0.57	3.95	0.59	0.423	0.792

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 20 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี จ้าแนกตามรายได้

	ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี เนื่องจากต้องการได้ความรู้ลึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว	ระหว่างกลุ่ม	7.005	6	1.167	1.266	0.278	
	ภายในกลุ่ม	345.437	432	0.800			
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดีที่มีความโดดเด่นสวยงาม	ระหว่างกลุ่ม	3.639	6	0.607	0.309	0.907	
	ภายในกลุ่ม	536.761	433	1.240			
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม	ระหว่างกลุ่ม	12.740	6	2.123	0.504	0.773	
	ภายในกลุ่ม	768.476	433	1.775			
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	8.391	6	1.398	0.989	0.424	
	ภายในกลุ่ม	528.425	433	1.220			
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	12.094	6	2.016	1.171	0.323	
	ภายในกลุ่ม	619.522	433	1.431			
	ระหว่างกลุ่ม	2.279	6	0.380	1.442	0.208	
	ภายในกลุ่ม	145.195	433	0.335			

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 21 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธหาคือดีดีโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามรายได้

ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต	1) ≤ 10,000 บาท		2) 10,001- 30,000		3) 30,001- 50,000		4) 50,001- 70,000		5) 70,001- 90,000		6) 90,001 บาทขึ้นไป		F-test	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว	4.22	0.84	4.15	0.97	4.27	0.81	4.11	0.85	4.47	0.83	4.55	0.93	1.266	0.278
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม	4.17	1.24	4.23	1.14	4.24	1.03	4.02	1.18	4.18	0.97	4.27	0.47	0.309	0.907
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม	3.59	1.42	3.59	1.34	3.77	1.34	3.70	1.28	3.82	1.19	4.00	1.48	0.504	0.773
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว	3.72	1.17	3.79	1.14	4.01	0.98	3.76	1.14	3.62	1.18	4.00	0.89	0.989	0.424
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.90	1.24	3.92	1.16	3.93	1.23	3.54	1.17	3.71	1.34	4.27	1.19	1.171	0.323
รวม	3.92	0.65	3.94	0.57	4.04	0.53	3.83	0.65	3.96	0.48	4.22	0.64	1.442	0.208

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 22 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมและรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ปัจจัย	Beta	t	p
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

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

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต แบบ Enter พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต พบว่าทุกด้านส่งผลในทิศทางบวกเรียงตามระดับอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) และดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน ที่มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าความจริงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ผลเท่ากับ 0.76 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่อาศัยอยู่ในเขตบางเขน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของครอนบาร์ค โดยค่าครอนบาร์ค แอลฟา เท่ากับ 0.92

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน โดยขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน และมีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยผู้วิจัยอธิบาย และชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม วิธีการเก็บข้อมูล ตามคัตครองก่อนทำการแจกแบบสอบถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในเขตนั่น ๆ หรือไม่ ก่อนทำการแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน คือ ระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 โดยจำแนกวันเก็บข้อมูลดังนี้

เขตจตุจักร เก็บข้อมูลในวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 70 ชุด และ วันเสาร์ - อาทิตย์
จำนวน 40 ชุด รวม 110 ชุด

เขตดอนเมือง เก็บข้อมูลในวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 70 ชุด และ วันเสาร์ - อาทิตย์
จำนวน 40 ชุด รวม 110 ชุด

เขตสายไหม เก็บข้อมูลในวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 70 ชุด และ วันเสาร์ - อาทิตย์
จำนวน 40 ชุด รวม 110 ชุด

เขตบางแค เก็บข้อมูลในวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 70 ชุด และ วันเสาร์ - อาทิตย์
จำนวน 40 ชุด รวม 110 ชุด

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน

สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน

สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

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 ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 60.45 และ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 90.45

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และ ด้านกิจกรรม (Activities) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.37) ทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า 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) และ ด้านกิจกรรม (Activities) (\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ผลการวิจัยพบว่าคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.94, S.D. = 0.61)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ผลการวิจัยพบว่าคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.60) โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด 1 ข้อ คือ คือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีความเพียงพอต่อความต้องการ เช่น ประปา ไฟฟ้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ คือ ความสะอาด และ หลากหลายของร้านอาหาร ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ ความสะดวกและเพียงพอของที่จอดรถ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ การบริการตู้กดเงินสด

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ผลการวิจัยพบว่าคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.68, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ด้านกิจกรรม (Activities) ผลการวิจัยพบว่าคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก 2 ด้าน คือ ความสอดคล้องของกิจกรรมกับบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมกับราคา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมด้านระยะเวลา มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโยกย้ายให้ได้ลงมือทำ และมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกทำ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า มีระดับความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กล้าลืมมาแล้ว ($\bar{X}=4.22$, S.D. = 0.90) มีระดับความสนใจอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม ($\bar{X}=4.20$, S.D. = 1.11) มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ($\bar{X}=3.87$, S.D. = 1.20) มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว ($\bar{X}=3.82$, S.D. = 1.11) และมีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิม ($\bar{X}=3.67$, S.D. = 1.33) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้นจำนวน 16 คน ดังนี้

มีความสับสนระหว่างสถานที่สร้างใหม่ให้ดูเก่าแต่อาจจะไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เช่น มีการปรับแต่งสถานที่แบบตะวันตกในยุคโบราณซึ่งไม่มีในเมืองไทยมาก่อน มีจำนวน 5 คน ราคาอาหารควรมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป (ควรมีเมนูราคาไม่เกิน 100 บาท) ให้ได้เลือกซื้อ /ราคาอาหารแพงเกินจริง มีจำนวน 4 คน ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น อยากให้มีที่รับฝากของของนักท่องเที่ยว อยากให้สถานที่ท่องเที่ยวโหยหาอดีตมีบริการรับจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking มีจำนวน 2 คน ทั้ง 3 ความคิดเห็น และ อยากให้แต่ละสถานที่มีผู้บรรยายแนะนำถึงอดีต ว่าสถานที่นั้นเกี่ยวกับอดีตในยุคไหน อย่างไร มีจำนวน 1 คน

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน

1.1 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยวิธีทดสอบค่าที (t-test) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน

1.2 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมไม่ต่างกัน แต่ในข้อย่อย “มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว” นั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในข้อย่อยนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน

1.4 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต

จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจมากที่สุด คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าเพศชาย ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตมีความสวยงามของสถานที่ซึ่งถือเป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว รองลงมาคือการถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งโดยปกติแล้วผู้หญิงจะมีความชื่นชอบในการถ่ายภาพตามสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าผู้ชายโดยที่มีสถานที่สวยงามและมีความโดดเด่นเอกลักษณ์ก็จะทำหน้าที่เป็นปัจจัยดัน (Pull Factor) ที่ดึงดูดใจทำให้เกิดความสนใจอยากไปเยือน ซึ่งสิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้อธิบายว่าเพศหญิงจะมีพฤติกรรมในการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย เช่นเดียวกันกับความสนใจซึ่งนำไปสู่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเมื่อได้รับรู้ วัสดุเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ทั้งให้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว ก็อยากไปได้ประสบการณ์ตลอดจนถ่ายภาพเก็บความทรงจำเป็นที่ระลึก สอดคล้องกับเมตตา ธนิตนนท์ (2560) ซึ่งศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและถ่ายรูป และสอดคล้องกับกอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งก็พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและนอกจากพฤติกรรมการชิมอาหารที่ตลาดน้ำแล้วอีกพฤติกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบที่จะทำคือการถ่ายรูป

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ไม่มีบุตร มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีที่พักในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ จึงดึงดูดกลุ่มคนที่เดินทางไปเช้าเย็นกลับ เดินทางในวันหยุดไม่กระทบกับงานประจำซึ่งส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยที่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเป็นอันดับ 3 รองจากเหตุผลในด้านความต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว และการถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยว จึงอาจเป็นไปได้ที่กลุ่มนี้มีความ

สนใจหรือมีประสบการณ์ไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อไปผ่อนคลายกับกลุ่มเพื่อนแบบเช้าเย็นกลับ เพื่อไปเก็บประสบการณ์สถานที่สวยงามโดดเด่นร่วมกัน สอดคล้องกับวิกิเนีย มายอร์ (2555) ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ไปบ่อน้ำพุร้อนพรังส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจบการศึกษาระดับปริญญาตรีไปกันเป็นกลุ่มเพื่อน และสอดคล้องกับเฉลิมรัชต์ เข็มราช (2557) ซึ่งพบว่าการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี โดยเป็นนักศึกษาและพนักงานเอกชนมากที่สุดตามลำดับ และส่วนมากไปกับเพื่อนและครอบครัว

2. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 4 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

จากทั้ง 4 ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอายุนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตโดยรวมไม่ต่างกัน แต่ในข้อย่อย “มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว” นั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในข้อย่อยนี้แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากในแต่ละช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในแตกต่างกันออกไป เช่น วัยรุ่นอาจจะไม่ได้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในอดีตหรือมีการรับรู้เกี่ยวกับอดีตอย่างจำกัด ดังนั้นจึงมีความสนใจไปท่องเที่ยวโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม แตกต่างจากผู้สูงอายุซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมายาวนานกว่าและอาจจะได้รับรู้หรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรำลึกอดีต มีความประทับใจกับความทรงจำเมื่อครั้งตนเองยังอ่อนวัย หรือ ต้องการได้ความรู้สึก และประสบการณ์ในอดีตที่ไม่กลับคืนมาแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ที่มีช่วงอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงวัยสูงอายุ ที่ต้องการที่จะสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตมากกว่าวัยรุ่น สอดคล้องกับ Davies (2007) ที่กล่าวถึงการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในอังกฤษจะมีแรงจูงใจในความปรารถนาเพื่อกลับไปเยาว์วัยอีกครั้ง (Re-live Youth) ซึ่งสาเหตุหลักมาจากความประทับใจในอดีตที่ได้รับจากวัยเยาว์ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บงกช สัมพันธ์ (2529) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความสนใจไว้ว่า ความสนใจเฉพาะอาจเปลี่ยนไปตามวัย และเวลาของแต่ละบุคคล แต่แบบแผนของความสนใจค่อนข้าง

คงที่ ทำให้การวัดความสนใจ ช่วยทำนายความสนใจอนาคตของตนได้ และ สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ที่มีสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ การมีรายได้เพียงพอ การมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งผู้สูงอายุมักจะมีเวลาว่างมากกว่า ผู้ที่มีอายุน้อย ดังนั้นปัจจัยนี้จึงเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้วมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สอดคล้องกับ งานวิจัยของเมตตา ธนินนท์ (2560) ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ้านบางเขนผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุต่างกัน มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน ในด้านปัจจัยหลัก (เหตุผล) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เฉลิมรัชต์ เข็มราช (2557) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น กรณีศึกษา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้ศึกษาที่สวนสนุก ซาน โดรีนี พาร์ค ตลาดน้ำย้อนยุคหัวหินสามพันนาม และตลาดกลางคืนรถก หัวหิน ผลการวิจัยพบว่า ช่วงอายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่างานวิจัยที่มีความสอดคล้องกันแม้ว่าจะเป็นคนละพื้นที่ คนละสถานที่ท่องเที่ยวกัน แต่ลักษณะของการนำเสนอมีแง่มุมที่คล้ายกัน คือ ส่วนมากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ เป็นรูปแบบการสร้างจำลอง สถานที่และบรรยากาศในอดีตเช่นเดียวกัน

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต่างกัน อาจเป็นเพราะความสนใจที่จะท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต่างกันเกิดจากปัจจัยดึงดูดของสถานที่ ซึ่งทั้งเพศหญิง และเพศชายล้วนสามารถตัดสินใจในแบบเดียวกัน ในการหาข้อมูล และประเมินเลือกที่จะไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีสิ่งที่สามารถตอบสนองความสนใจของคนทั้งสองเพศได้ เช่น การจัดแสดงของใช้เก่าหลายประเภทมีทั้งของที่ใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งทั้งเพศหญิง และเพศชายต้อง ใช้ มีการจัดแสดงรถยนต์โบราณ กล้องถ่ายภาพโบราณที่เพศชายน่าจะมีความสนใจ นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงของที่เกี่ยวกับความสวยงามต่างๆ เช่น การจัดแสดงร้านทำผมในยุคเก่า ของใช้ของผู้หญิง เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับพิเชฐ คุนเพ็ญแสง (2546) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัด

ระของ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตนั้นเป็นการไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่จำลองบรรยากาศในอดีตขึ้นมาโดยเป็นสถานที่ ๆ สวยงามมีความโดดเด่น และจากความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความสนใจไปเพื่อโหยหาอดีตที่ไม่ย้อนคืนมาแล้ว ส่งผลให้ไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาใด ก็สามารถสนใจไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตได้ ไม่สอดคล้องกับ วิคิเนียร์ มาฮอร์ (2555) ซึ่งกล่าวถึงลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับกิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจที่มี ผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของสุริชา คำรงค์ศรี (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพและปริมณฑลนั้น ส่วนใหญ่ไม่ต้องใช้เงินจำนวนมากก็สามารถเที่ยวได้ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพและปริมณฑลบางสถานที่ไม่เก็บค่าเข้าหรือบางสถานที่เก็บค่าเข้าแต่ราคาไม่สูงมาก อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตในกรุงเทพและปริมณฑลมีลักษณะแบบไปเช้าเย็นกลับ คือไม่มีที่พัก นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนที่พักค้างคืน และส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมของใช้เก่าๆ และสัมผัสกับบรรยากาศเก่าๆ มากกว่าที่จะมีกิจกรรมที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม จึงอาจไม่จำเป็นต้องมีเงินจำนวนมากก็สามารถท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตได้

3. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 4 ปัจจัย คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรม (Activity) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

จากทั้ง 4 ปัจจัย พบว่า มี 2 ปัจจัย ที่มีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต คือ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยเฉพาะความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง (Middleton, 1994) สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ที่ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวบ้านบางเขน มากที่สุดคือ ความสวยงามของสถานที่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริษา คำรงค์ศรี (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือหมายถึงเอกลักษณ์ของสถานที่เที่ยวแห่งนั้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ก็ได้ให้คะแนนด้านความน่าสนใจและเอกลักษณ์ ของสถานที่ สูงเป็นอันดับต้น ๆ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวและความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยจากสถานที่ท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวใด สถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งโดยเฉพาะ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ และอื่น ๆ (Dann, 1977 และ Crompton, 1979 อ้างใน นิรันดร ทัพไชย, 2550)

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล เพราะเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก และหากบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็อาจจะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีความ

สวยงามซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร (วรรณ วลัยวานิช, 2546) และจะต้องมีการนำเสนอข้อมูล และภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปสู่การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้ นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens, 2000) และเนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใด ย่อมต้องการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทำให้การท่องเที่ยวที่นั่นราบรื่น สอดคล้องกับ ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) ที่กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น รวมทั้งการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชิตพร ประดิษฐ์รอด (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่แหล่งท่องเที่ยวในแถบปริมณฑลนั้นมีแรงจูงใจที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้แก่แรงจูงใจทางกายภาพที่สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีบริการที่หลากหลาย ตรงความต้องการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมทั้งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Cooper & Boniface (1998) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หรือมีเสน่ห์เฉพาะตัว สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจในการเที่ยวชม และบริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความเป็นมิตรไมตรี จากเจ้าถิ่นเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะท่องเที่ยวในวันขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำอีก สอดคล้องกับงานวิจัย พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Buhalis (2000) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญของจุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว

ควรมี คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง (Accessibility) ไม่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครนั้น เมื่อต้องการที่จะไปท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตมักมีจุดประสงค์เพื่อไปสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตผ่านการเดินชมสถานที่ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อจำลองบรรยากาศในอดีตเป็นหลัก ดังนั้นเมื่อต้องการที่จะไปท่องเที่ยวเพราะต้องการสัมผัสกับบรรยากาศในอดีตอยู่แล้วนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าในปัจจุบันการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพและปริมณฑลส่วนใหญ่ยังมีรถขนส่งสาธารณะบริการ มีตัวเลือกในการเดินทางได้หลายวิธี เช่น รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า รถรับจ้าง และสามารถขับรถส่วนตัวไปได้ อีกทั้งการเดินทางในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลค่อนข้างสะดวกสบายมีถนนที่เข้าถึงได้ทุกพื้นที่ ปัจจัยด้านการเข้าถึง (Accessibility) จึงไม่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวเพราะต้องการสัมผัสกับบรรยากาศในอดีต ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศรา เหมมินทร์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยลำดับแรกคือ สภาพการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม (Activity) ไม่ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตส่วนใหญ่ยังไม่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมมากนัก หรือกิจกรรมที่มีอาจเป็นกิจกรรมที่ซ้ำ ไม่เปลี่ยนแปลง และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตมักจะจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยว เดินชมและถ่ายรูปมากกว่าจะจัดเป็นกิจกรรมขึ้นมาอย่างชัดเจน จึงส่งผลให้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านนี้ไม่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ จามร วงศ์ศรีแก้ว (2553) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับ วรรณา วงษ์วานิช (2546) ที่ได้กล่าวว่า กิจกรรมที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเพื่อทำกิจกรรมตามเหตุผลของแต่ละคน เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความเครียด การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาต่าง ๆ และไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของปฐมพงษ์ ก้อสตาร์ (2548) ที่ศึกษาเรื่องความต้องการ ความพึง

พอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าการที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้กิจกรรมมีประโยชน์และมีคุณค่า มีให้เลือกหลายชนิด มีความปลอดภัย มีส่วนช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและสามารถเข้าร่วมได้ทุกเพศทุกวัย เป็นเพราะข้อต่าง ๆ เหล่านี้สามารถตอบถึงคุณค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรเพิ่มช่องทางในการหาข้อมูล ช่องทางในการติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตให้มากขึ้น เช่น เว็บไซต์ที่เป็นของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินตราแกรม เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตนั้น ๆ
2. ควรมีการจัดการดูแลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตให้มีความสวยงาม โดดเด่น มีกิจกรรมที่สอดคล้องกับการย้อนเวลาโหยหาอดีตเพื่อตอบสนองกับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชมซึ่งมีเหตุผลหลักคือ ไปโหยหาอดีตที่ไม่หวนคืนมา และไปถ่ายภาพเพื่อความสวยงาม ตลอดจนควรมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นปัจจัยดึง (Pull Factor) ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมจากความสวยงามโดดเด่นของสถานที่นั้น ๆ
3. ควรมีการจัดทำข้อมูลเส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ให้นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถเข้าถึงได้ เช่น Google Map เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นอาจสร้างข้อมูลแนะนำสถานที่ผ่าน QR code และให้นักท่องเที่ยวที่สนใจในประวัติความเป็นมาสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายสะดวกและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวอาจยังมีความไม่เข้าใจ สับสนกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต มีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพิ่มมากขึ้น

2. ผู้ประกอบการสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ควรวางแผนจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายให้มากขึ้น โดยมีกิจกรรมที่ทุกช่วงอายุสามารถทำได้ เนื่องจากการไปถ่ายภาพของนักท่องเที่ยวนั้นเมื่อไปเพียงครั้งเดียวอาจจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการกลับไปเยือนอีกครั้งเพื่อถ่ายภาพจุดเดิม ๆ มีน้อย หากมีกิจกรรมเสริมหลากหลาย ผลักเปลี่ยนตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมเยือนได้มากขึ้น
3. ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตอาจพิจารณาถึงข้อกำหนดในการควบคุมราคาให้มีมาตรฐาน ตลอดจนบริการเสริม เช่น ตู้ฝากของ ตู้ ATM ในสถานที่ หรือการส่งเสริมให้ร้านค้าในสถานที่ที่มีการใช้บริการทางธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากพบว่า อายุ เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ในข้อย่อย “มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว” ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันซึ่งมีความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตเพื่อให้สามารถจัดหากิจกรรมที่ตอบสนองความพึงพอใจของแต่ละวัยได้
2. ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เช่น ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ควรจะมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ถึงปัจจัยอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตต่อไป

บรรณานุกรม

- Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death By Nostalgia: a Diagnosis of Context-Specific Cases. *Advances in Consumer Research*, 21, 169-174.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future Marketing. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Burnett, K. A. (2001). *Heritage, authenticity and history*. Oxford: Lighting Source UK Ltd.
- Cohen, E. (2004). *Contemporary Tourism: Diversity and Change*. Amsterdam: Elsevier.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principle of tourism*. Auckland: Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.
- Creighton, M. (1997). Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in the Japanese Travel Industry. *Ethnology*, 36(3 Summer), 239-254.
- Davies. (2007). Nostalgia tourism' uncovered as new trend. Retrieved from http://www.travelmole.com/news_feature.php?id=1124918
- Fridgen, J. (1991). *Dimensions of Tourism: American Hotel and Motel Association Educational Institute*, East Lansing, MI.
- Friedman, L. (2016). Why nostalgia marketing works so well with millennials, and how your brand can benefit. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/laurenfriedman/2016/08/02/why-nostalgia-marketing-works-so-well-with-millennials-and-how-your-brand-can-benefit/#6d68e8733636>.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Educational*. New York: Mc Graw-Hill. Book Company Inc.
- Goossens Cee. (2000). Tourism Information and Pleasure Motivation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 301-321.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior*. An applied approach, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Karylowski, J., & Reykoski, J. (Eds). *Development and Maintenance of Prosocial Behaviour*. New York: Plenum Press.
- Kelly, W. W. (1986). Rationalization and nostalgia: cultural dynamics of new middle-class Japan. *Journal of the American Ethnological Society*, 13(4), 603-618.

- Kemmerling, G. (2001). A dictionary of philosophical terms and names. Retrieved from <http://www.philosophypages.com/dy/a9.html>
- Kim, S., & Kim, S. (2018). Segmentation of potential film tourists by film nostalgia and preferred film tourism program. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(3).
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652-664.
- Lopez-Salinas, A., Buckley, R. E., & Morales, R. G. R. (2016). Economic Development and Nostalgic Tourism in Southern Mexico. *Hatfield Graduate Journal of Public Affairs*, 1(1), 1-15.
- McKercher, B., & du Cross, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Morales, R. G., Reyes, Sanchez, N. D. M., Gijon-Cruz, A. S., Contreras, A. C. C., & Platas, S. L. (2009). The impact of Nostalgia Tourism and Family Remittances in the Development of a Rural Oaxacan Community. Retrieved from <http://rimd.reduaz.mx/revista/rev12ing/4.pdf>
- Oppenheimer and Heller. (1984). *Development of Cooperation and Help-Seeking Activities: An Action Theoretical Approach*. In Staub E., Bar-Tal.
- Polit, D. F., & Hungler, B. P. (1995). *Nursing Research: Principle and Methods* Philadelphia: J. B. Lippincott.
- Robinson, P. (2015). Conceptualizing Urban Exploration as Beyond Tourism and as Anti-Tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 3(2), 141-164.
- Rous, S., & Thorn, A. S. (2008). *Authenticity in Tourism*. (Student Project), Aalborg
- Sharpley, R. (1994). *Tourism, tourists and society*. Great Britain: ELM Publications.
- Smith, M., & Rosaleen D. (2003). *The ethics of tourism*. New York: Routledge.
- Starr, S. S. (2008). Authenticity: A concept analysis. *Nursing Forum*, 43(2), 55-62.
- Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siècle Effect. *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22.
- Telfer, D. J., & Sharpley R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. Abingdon: Routledge.
- Theobald, W. F. (1998). *Global Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- UNESCO. (2008). Cultural Heritage. Retrieved from http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=2185&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

- Verma, A., & Rajengran, G. (2017). The effect of historical nostalgia on tourists' destination loyalty intention: an empirical study of the world cultural heritage site – Mahabalipuram, India. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(22), 977-990.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 9(22), 977-990.
- Yamane, T. (1973). *Mathematics for economists an elementary survey*. New York: Prentice Hall.
- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. (2528). จิตวิทยาการศึกษา (*Educational Psychology*). กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แนวโน้มการท่องเที่ยวไทย. Retrieved from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9690
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย 2561. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news.php?cid
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). 'บุพเพสันนิวาส' ฟีเวอร์! เพราะคนไทยโหยหาอดีต แต่ขาดศิลปะการเล่า. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/796495>
- กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2530). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: นิยมวิทยา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism. Retrieved from <http://www.etajournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-apr-jun/14-22556-retro-market>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน. Retrieved from <https://thai.tourismthailand.org/ข่าวอัพเดท/รายละเอียดข่าว/เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย-เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน—2796>
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2555). ศึกษาความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จรรยา เอี่ยมสะอาด. (2527). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่ได้รับการสอนโดยใช้ชุดการสอนสำหรับห้องเรียนแบบศูนย์การเรียนและโดยวิธีการสอนแบบบรรยาย. (ปริญญาโท กศ.ม. (การมัธยมศึกษา)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร.
- จรินทร์ สกุลถาวร. (ม.ป.ป.). จิตวิทยาวัยรุ่นกับการศึกษา. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- เจษฎารัตน์ กล้าศรี และ วรินทรา ศิริสุทธิกุล. (2557). ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หัวหิน. วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ, 2557(2).
- เจือจันทร์ ถัลยา. (2533). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์และความสนใจในวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 7 ที่สอนโดยใช้บทเรียนสำเร็จรูปประกอบภาพการ์ตูน (ปริญญาโท กศ.ม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมรัชต์ เข็มราช. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น กรณีศึกษา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ชลิตา ด่านทิพารักษ์. (2543). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลในศูนย์ป้องกันและควบคุมโรคมะเร็ง ส่วนภูมิภาค สถาบันมะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์. (ปริญญาโทการศึกษา มหาบัณฑิต), สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชาติรี ประกิตนันทการ. (2557). Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism. *TAT Tourism Journal*, 2, 20-25.
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาตรของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธิศรี ชูชาติ. (2543). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ฐนิตา ปัตตานี. (2546). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ดวงธิดา รามสวรรค์. (2551). ประเทศไทย 76 จังหวัด. กรุงเทพมหานคร: มายิก.
- คำเกิง โถทอง และวสันต์ชัย กากแก้ว. (2550). เส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในประเทศไทย กำพูชา ลาว. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ.2551. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย. *TAT Tourism Journal*, 2557(4).

- นิพัทธ์พงศ์ พุ่มมา และ ณรงค์กรธร รอดทรัพย์. (2555). การโยยหาอดีตกับกระแสอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย. วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน(ฉบับพิเศษมกราคม-ธันวาคม 2555), 47-60.
- นิตา ชัชกุล. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บงกช สัมพันธ์. (2529). การเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่านและความสนใจในการเรียนการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนโดยใช้กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมุติกับการทำกิจกรรมตามคู่มือครู. (ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา)), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). การขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- เบญจมาศ อุทกศิริ. (2549). ความหมายของนักท่องเที่ยว. Retrieved from http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakan/benjamas_u/
- ปฐมพงษ์ ก้อสตาร์. (2548). ความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว), คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสาธ อิศรปริดา. (2521). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: กราฟิเคอาร์ท.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินต์ติ้ง.
- ปาริฉัตร อังจะนิล. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ. (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พลุสุข สังข์รุ่ง. (2550). มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: บี เคนเตอร์ ปริ้นท์.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โยยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยา.

- พิเชฐ อุทเพ็ญแสง. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เมตตา ธนิตนันท์. (2560). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุทธ ไถยวรรณ และ กุสุมา ผลพรม. (2553). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี จำกัด.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). จำนวนประชากรไทย. Retrieved from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- ระวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์. (2533). การวัดทัศนคติเบื้องต้น. ชลบุรี: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2543). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- วณิช บรรจง และคณะ. (2516). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- วรรณาศิลปอาษา. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism. Retrieved from <https://etatjournal.files.wordpress.com/2013/04/tat22556.pdf>
- วาริษฐ์ มัชฌิมบุญชู. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. (ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริการอุตสาหกรรมบริการ), มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิกิเนีย มาฮอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว), คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย. ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา, 18(3), 8-11.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัทซีระฟิล์ม และไซเท็กจำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2558). จังหวัดปริมณฑล. Retrieved from

<http://203.155.220.230/m.info/nowbma/>

สมชาติ อุ้อ้น. (2552). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน. นครปฐม: เอกสารประกอบการสอน
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมศักดิ์ คำศรี. (2534). จิตวิทยาการศึกษา. มหาสารคาม: ภาควิชาจิตวิทยาการแนะแนว วิทยาลัยครู
มหาสารคาม.

สันทัด เสริมศรี. (2539). ประชากรศาสตร์ทางสังคม. นครปฐม: ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะ
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักนโยบายและวิชาสถิติ กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ. (2555). เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า.

Retrieved from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/Toneminute/files16.pdf>

สิทธิ์ ชีรสรณ์. (2552). เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนทรินทร์ ธนโกไสย. (2527). จิตวิทยาและแนว. กรุงเทพมหานคร: เจริญกิจการพิมพ์.

สุปราณี ศรีใสคำ. (2531). การเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่านภาษาอังกฤษความรับผิดชอบและ
ความสนใจในการเรียนการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการ
สอนโดยใช้สัญญาณการเรียนการสอนตามคู่มือครู. (ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา)),
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สุรัชย์ จามรเนียม. (2548). ผลการใช้ชุดกิจกรรมคณิตศาสตร์บูรณาการเชิงเนื้อหาเรื่องพื้นที่ผิว และ
ปริมาตรที่มีต่อความสนใจในวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. (ปริญญา
นิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. (2541). วิสัยทัศน์การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ (รายงานการ
ฝึกอบรมหลักสูตรการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ).
กรุงเทพมหานคร: ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่า
ไม้.

สุริษา คำรงค์ศรี. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการนันทนาการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุริรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น: เอกสารประกอบการ
สอนคณะวิทยาการจัดการขอนแก่น.

สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

เสียง ชูสกุล. (2525). การทดลองเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ และความสนใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์จากการเรียนเป็นกลุ่ม เรียนเป็นรายบุคคล โดยใช้บทเรียนโมดูล และการเรียนตามการสอน สสวท. ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 2. (ปริญญาโท กศ.ม.), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

อภิชาติ เพชรพลอย. (2543). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสนใจในวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการสอนโดยใช้ชุดการสอนมินิคอร์สกับการสอนตามคู่มือครู. (ปริญญาโท กศ.ม. (การมัธยมศึกษา)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก
 รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|---|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย | อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล | ผู้อำนวยการศูนย์กีฬาแห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. รองศาสตราจารย์มันท์นี ยมจินดา | อาจารย์เกษียณอายุราชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4. อาจารย์ ดร.กึ่งกนก เสาวภาวงศ์ | อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม และ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 5. ดร.ชนิตว์ปียา แสงเย็นพันธุ์ | หัวหน้าพนักงานส่วนสำรองที่นั่ง
และออกบัตรโดยสาร ฝ่ายการขาย
บริษัทการบินกรุงเทพจำกัด (มหาชน) และ
อาจารย์พิเศษสาขาการจัดการธุรกิจสายการบิน
คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |

ภาคผนวก ข
เครื่องมือในการวิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่อง "องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร"

ข้าพเจ้า แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา แผนกวิชาการจัดการ
นันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษามองที่ประกอบ
ทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ใน
กรุงเทพมหานคร และ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลการ
ท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต กรุงเทพมหานคร

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาคือไป โดย
แบบสอบถามฉบับนี้ มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความ
สนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ใน
กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิง
โหยหาอดีต

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะถูกนำไปใช้เพื่อประมวลผลในงานวิจัย
เท่านั้น ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

เลขที่แบบสอบถาม _____

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทำซ้ำแจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือ เติมข้อมูลในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) 20 - 30 ปี 2) 31 - 40 ปี 3) 41 - 50 ปี
 4) 51-60 ปี 5) 60 ปีขึ้นไป (โปรดระบุ)

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
 3) ปวช.-ปวส. หรือ เทียบเท่า 4)ปริญญาตรี
 5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นิสิต/นักศึกษา 2) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 3) ค้าขาย/รับจ้าง
 4) ธุรกิจส่วนตัว 5) พนักงานบริษัทเอกชน 6) พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 7) อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท 2) 10,001-30,000 บาท
 3) 30,001-50,000 บาท 4) 50,001-70,000 บาท
 5) 70,001-90,000 บาท 6) 90,001 บาท ขึ้นไป

6. ท่านมีบุตรหรือไม่

- 1) มี 2) ไม่มี

7. ท่านสนใจ หรือเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์หรือไม่

- 1) ไม่เคยมีประสบการณ์ แต่สนใจท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์
 2) เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ เช่น เมืองมัลลิกา จ.กาญจนบุรี
 เพชรบูรณ์ จ.ประจวบคีรีขันธ์

**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจ
ท่องเที่ยวเชิงโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสนใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)					
1. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ ท่องเที่ยว					
3. ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว					
4. ทัศนียภาพไมตรีของชุมชนและผู้ค้าขายใน แหล่งท่องเที่ยว					
5. กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาลประเพณี ศาสนา หรือการ ตั้งซุ้มขายของลดราคาพิเศษ เป็นต้น					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)					
6. ความสะอาด และเพียงพอของที่จอดรถ					
7. ความสะอาด และเพียงพอของห้องน้ำ					
8. ความสะอาด และ หลากหลายของ ร้านอาหาร					
9. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีความเพียงพอ ต่อความต้องการ เช่น ประปา ไฟฟ้า เป็นต้น					
10. การบริการผู้โดยสาร					

สาขาโครงการวิจัย ๒๘๖-๑/๖๑

วันที่รับรอง 29 ม.ค. 2562

วันหมดอายุ 28 ม.ค. 2563



ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities)					
11. จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ง่าย เช่น วัด ชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น					
12. ความหลากหลายของวิถีเดินทางมาท่องเที่ยว (พาหนะ)					
13. ลักษณะของถนนในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว					
14. ความละเอียด และเพียงพอของป้ายบอกเส้นทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวและ สามารถหาจากแผนที่ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น google map หรือ gps ได้ง่าย					
15. ลักษณะของพื้นที่ และทางเดินพิเศษสำหรับรถเข็นวีลแชร์					
ด้านกิจกรรม (Activities)					
16. มีกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือกทำ					
17. กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมด้านระยะเวลา					
18. กิจกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมกับราคา					
19. มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโยธยาศาสตร์ให้ได้ลงมือทำ					
20. ความสอดคล้องของกิจกรรมกับบริบทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์					



๒๖. ๑/๖๑
 วันที่โครงการวิจัย 29 มี.ค. 2562
 วันที่รับรอง 28 มี.ค. 2563
 พัทธมา พู

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องคะแนน ตามระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ของท่าน

ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ เนื่องจากต้องการได้ความรู้ลึก และประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว					
2. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ที่มีความโดดเด่นสวยงาม					
3. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ เพื่อไปเรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม					
4. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว					
5. มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					



เลขที่โครงการวิจัย 286-1/61
 วันที่รับรอง 29 ม.ค. 2562
 อนุมัติโดย 28 ม.ค. 2563

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวณัฐพัชร์ กาญจนรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	10 กันยายน 2535
สถานที่เกิด	นนทบุรี
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกียรตินิยมอันดับ 1 โปรแกรมเกียรตินิยม ในปีการศึกษา 2559 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ภาควิชาวิชาการจัดการ นันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	69/17 หมู่ 5 ต.มหาสวัสดิ์ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY