

## แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร Nostalgia Tourism Motivation of Thai Tourists in Bangkok Metropolis

ชญชิตา สุธรรมรัตน์กุล, ปิติชัย สุวรรณะ และกฤติกา สายณะรัตน์ชัย\*

CHANANCHIDA SUTUMRATTANAKOOL, PITICHAI SUWANNA AND KRITTIKA SAYNARATCHAI

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

e-mail : chananchida.sutumrattanakool@gs.swu.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน ซึ่งใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต 2 – 3 ครั้งกับเพื่อน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต พักผ่อนและผ่อนคลายในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เยาวราชเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีตจากสื่อสังคมออนไลน์ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือแรงจูงใจด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง และแรงจูงใจด้านกายภาพ ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต, นักท่องเที่ยวชาวไทย

### Abstract

The purposes of this research were to study tourists' behaviors in travelling and nostalgia tourism motivation of Thai tourists in Bangkok Metropolitan. The sample consisted of 385 Thai tourists, which were calculated by Cochran sample size's formula, and a questionnaire was used to collect the data. The data were statistically analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results were found that most of respondents were female who aged between 20-30 years old. Most of them were undergraduate students having their salary less than 15,000 baht. The respondents mostly traveled in nostalgia tourism with friends for 2 – 3 times. The purposes of visiting were to visit nostalgia travel or leisure and relax on weekend. Yaowarat was the most popular place for nostalgia travelling. Moreover, the social media was used to search for information regarding nostalgia travel. The motivation of nostalgia tourism of Thai Tourists in Bangkok were ranked as followed emotional and valuable feeling motivation were at the highest level, followed by cultural motivations, interpersonal motivation, Status and prestige motivations, and physical motivation, respectively.

**Keywords:** Tourism Motivation, Nostalgia tourism, Thai Tourists

---

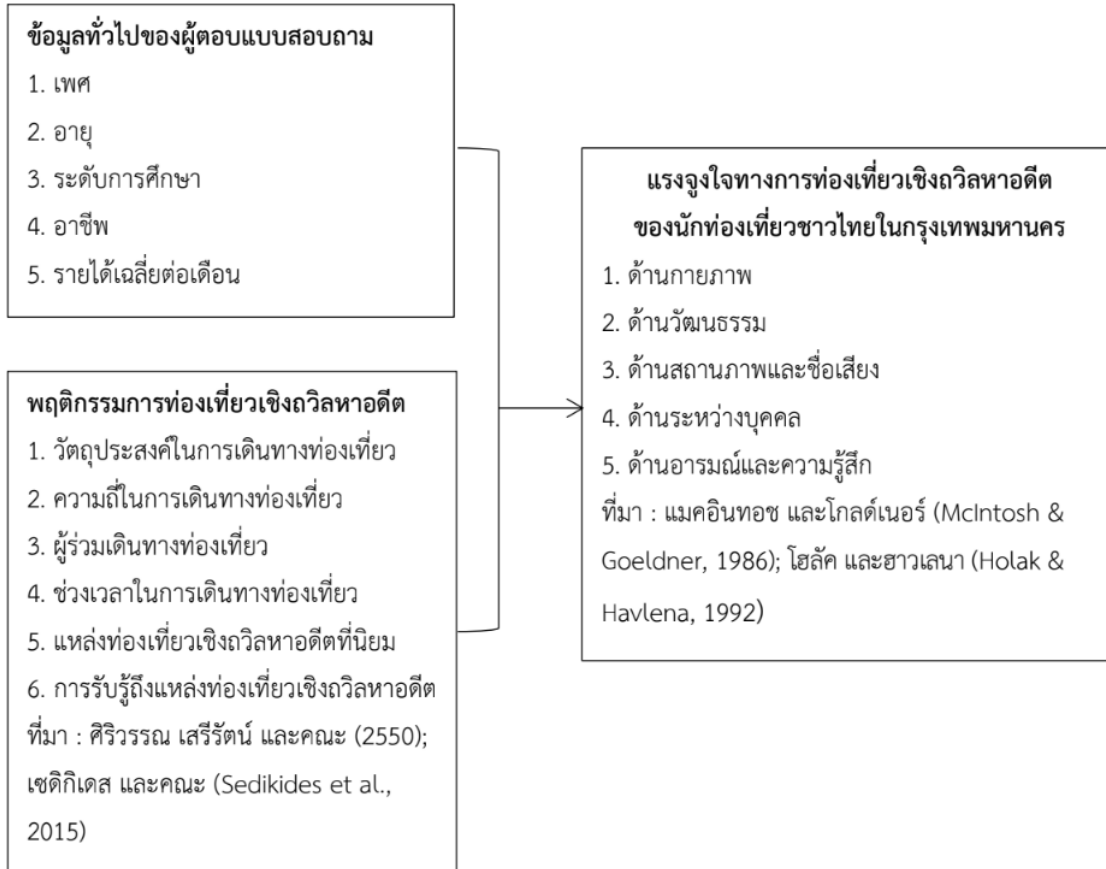
## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย โดยในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 9.62 ล้านคน/ครั้ง สร้างรายได้ 4.78 หมื่นล้านบาท โดยจังหวัดที่เป็นเป้าหมายในการเดินทางมากที่สุด 3 อันดับ คือ กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี และชลบุรี (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวเริ่มกลับมารุ่งเรือง แต่เนื่องด้วยความวุ่นวายของสงครามและโรคระบาดกลับสร้างความกังวลและความไม่แน่นอนให้ผู้คน ทำให้นักท่องเที่ยวปรารถนาการท่องเที่ยวที่จะหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในโลกแห่งความเป็นจริง มองหาความเรียบง่ายในชีวิต และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถพาย้อนเวลากลับไปสู่อดีตความสุข และความโรแมนติกที่ได้ยากในโลกปัจจุบัน ซึ่งจากผลสำรวจของเว็บไซต์มาร์เก็ตเธียร์ พบว่า 95% ของผู้เดินทางชาวไทยทุกวัยสนใจ และต้องการพักผ่อนในทริปหวนคิดถึงอดีต หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีต (Nostalgia tourism) เพื่อสัมผัสถึงความทรงจำหรือสถานที่ที่จะทำให้เราได้ย้อนนึกถึงอดีต รำลึกถึงวันเก่าๆ หรือสถานที่ที่น่าจดจำ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่สำคัญ สถานที่ที่เราไม่อาจย้อนเวลากลับไปได้ สถานที่แห่งความทรงจำ หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในภาพยนตร์ย้อนยุคที่มีชื่อเสียง จนเกิดเป็นกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ในปัจจุบัน (Maketeer team, 2565) ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตเป็นที่นิยมของคนไทยส่วนใหญ่ โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมากกว่ากรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของหลายท่านที่มีการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตในจังหวัดอื่นมากกว่าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งๆ ที่กรุงเทพมหานคร มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตที่น่าสนใจเป็นจำนวนมากที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน เพราะตั้งอยู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างและมีลำคลองที่แยกสาขาออกไปจำนวนมาก มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรต่างๆ ทำให้มีการตั้งถิ่นฐานตามเส้นทางน้ำต่างๆ หลายแห่ง (กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2556) เกิดเป็นชุมชนสำคัญที่มี วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยเรื่องราว ประวัติความเป็นมาที่สำคัญมาอย่างยาวนาน ที่แม้แต่กาลเวลาก็ไม่อาจพรากความทรงจำ การผันเปลี่ยนของยุคสมัยไปจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตได้ ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีต ในกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาด้วยเกณฑ์ความเก่าแก่ของสถานที่ และจากความนิยมของนักท่องเที่ยวจากการสำรวจผ่านเว็บไซต์และจากแบบสอบถามในขั้นต้น จึงได้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตยอดนิยมที่สำคัญ 7 สถานที่ ดังนี้ 1. ชุมชนริมคลองบางหลวง 2. ชุมชนกุฎีจีน 3. ย่านเยาวราช 4. ย่านเจริญกรุงตลาดน้อย 5. ย่านนางเลิ้ง 6. ชุมชนตลาดเก่าหัวตะเข้ และ 7. ย่านสามแพร่ง (เว็บไซต์ทราเวลทูโอดี, 2561; เว็บไซต์ข่าวสด, 2562; เว็บไซต์ไปด้วยกัน, 2561; เว็บไซต์ซิลไปไหน, 2564; เว็บไซต์ไปด้วยกัน, 2564; เว็บไซต์เคทีซี, 2563) และจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องนี้

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจเกิดจากความต้องการภายในจิตใจของบุคคลหรือเกิดจากแรงจูงใจภายนอกที่มากระตุ้นให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (Uysal & Hagan, 1993) โดยแมคอินทอชและโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ ดังนี้

1. แรงจูงใจด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการที่จะพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ สุขภาพ ความสุขทางกาย ความสบายใจ และความพึงพอใจ
2. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างในสถานที่ต่างๆ การเรียนรู้การดำรงชีวิต เช่น ศาสนา ดนตรี ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี
3. แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการที่จะรู้จัก หรือพบปะผู้อื่นในสังคม การพบเจอบุคคลอื่นๆ การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน การค้นหาประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมี
4. แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อเป็นการพัฒนาตนเอง และการสร้างการยอมรับและยกย่องจากบุคคลอื่นๆ

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการด้านใดด้านหนึ่ง
2. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ความบ่อยในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์
3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นบุคคลที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เพื่อน ครอบครัวญาติ
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ช่วงวันเวลาที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลบางประการ เช่น วันธรรมดา วันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์
5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาที่นิยม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาที่นักท่องเที่ยวต้องการไปและเป็น ที่นิยมด้วยเหตุผลบางประการ เช่น ทัศนียภาพ เรื่องเล่า วัฒนธรรม ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว (Ramshaw & Gammon, 2017)
6. การรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ มองเห็นหรือสัมผัสได้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา โดยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เช่น จากการโฆษณา และการค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Sedikides et al., 2015)

### แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา

เซดิกิเดส และคณะ (Sedikides et al., 2015) ได้กล่าวถึงการนิเวศวิทยาไว้ว่า การคิดถึงภาพวันวานที่ผ่านไป ที่กลายเป็นอดีต หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการนิเวศวิทยา (Nostalgia) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งทางจิตวิทยาที่มีความหมายเชิงบวกทางการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อย้อนวันวานกลับไปหาความสุข ความทรงจำ และเพื่อได้รับประสบการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมา ทั้งยังเป็นการเดินทางเพื่อเพิ่มความรู้ สัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ สร้างโอกาสทางแรงจูงใจ และสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพทางกายและจิตใจอีกด้วย (Ramshaw & Gammon, 2017) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาดีจึงเป็นการท่องเที่ยวที่คิดถึงภาพวันวานในอดีต และเป็นความทรงจำทางการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสุข ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพทางกาย และจิตใจ อีกทั้งยังเป็นการเดินทางเพื่อเพิ่มความรู้ สัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ และยังสามารถสร้างคุณค่าทางการตลาดแก่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งเป็นการเน้นย้ำ ความคิดถึงภาพวันวานในอดีต และความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปในอดีต

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาในกรุงเทพมหานคร ในสถานที่ท่องเที่ยว 7 แห่ง ที่มีความเก่าแก่และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรการกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของ คอแครน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน อีรุฒิ เอกะกุล, 2549) ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 5%

โดยใช้สูตร

จากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับ (e มีค่าเท่ากับ 0.05)

Z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้คือ 95% (z มีค่าเท่ากับ 1.96)

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นจากการคำนวณ พบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่ให้มีจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) จำนวนเท่าๆ กัน แห่งละ 55 คน ทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ 1. ชุมชนริมคลองบางหลวง 2. ชุมชนกุฎีจีน 3. ย่านเยาวราช 4. ย่านเจริญกรุงตลาดน้อย 5. ย่านนางเลิ้ง 6. ชุมชนตลาดเก่าหัวตะเข้ 7. ย่านสามแพร่ง รวมทั้งสิ้น 385 คน

#### ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยวางแผนและนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยลงพื้นที่จริงทั้ง 7 แห่ง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแห่งละเท่าๆ กัน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยช่วงระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ วันที่ 1 - 8 เมษายน 2566 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจความสมบูรณ์ ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยม และการรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ในส่วนนี้เป็นการตั้งคำถามแบบเลือกตอบ มากน้อย 5 ระดับ (Likert Scale) จากส่วนที่ 3 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น (ยุทธ โกยวรรณ์, 2545) ดังนี้

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

โดยได้ค่าเฉลี่ยแล้วจึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับคะแนนเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

คะแนน	แรงจูงใจ
คะแนน 1 = 1.00 - 1.80	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด
คะแนน 2 = 1.81 - 2.60	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อย
คะแนน 3 = 2.61 - 3.40	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง
คะแนน 4 = 3.41 - 4.20	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมาก
คะแนน 5 = 4.21 - 5.00	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด

#### ขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบ เพื่อพิจารณา ค่าความตรงของแบบสอบถามโดยวิธีตรวจสอบความตรง จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์ และเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ซึ่งค่าที่ได้ต้องใกล้เคียง 1 มากที่สุดหรือมากกว่า 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.88

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (Try Out) หลังจากนั้นนำมาหา ความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด หรือ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally & Bernstein, 1994) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.84 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บ รวบรวมข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบความเรียง
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบความ เรียง
3. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร นำ ข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบความเรียง

#### ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 144 คน ร้อยละ 37.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเพื่อการพักผ่อนและ ผ่อนคลาย จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 ความถี่ในการเดินทางในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา คือ 2-3 ครั้ง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41 โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 โดยนิยมเดินทางมา ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวที่เยาวราช จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 79 และเข้าถึงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6

**ตาราง 1** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	$\bar{x}$	S.D.	การแปล ผล
<b>1. ด้านกายภาพ</b>	3.83	0.67	มาก
1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน	4.19	0.87	มาก
1.2 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย	4.03	0.87	มาก
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว	3.50	1.06	มาก
1.4 มีป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.81	0.91	มาก
1.5 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.61	0.99	มาก
<b>2. ด้านวัฒนธรรม</b>	4.08	0.71	มาก
2.1 ทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและ ประเพณี	3.99	0.83	มาก
2.2 ทำให้รู้สึกเห็นคุณค่านำไปสู่การอนุรักษ์วัฒนธรรม	4.12	0.81	มาก

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
2.3 ทำให้เกิดความซาบซึ้งและความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม	4.13	0.81	มาก
<b>3. ด้านสถานภาพชื่อเสียง</b>	4.00	0.72	มาก
3.1 การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ให้แก่ชีวิต	4.04	0.83	มาก
3.2 ได้รับประสบการณ์ที่สามารถนำไปแบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง	4.09	0.83	มาก
3.3 การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวและแบ่งปันเรื่องราวทำให้ได้รับการยอมรับบนสื่อสังคมออนไลน์	3.88	1.02	มาก
<b>4. ด้านระหว่างบุคคล</b>	4.02	0.72	มาก
4.1 ส่งเสริมการมีมนุษยสัมพันธ์และเกิดมิตรภาพใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว	4.04	0.89	มาก
4.2 ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและความรู้สึกับบุคคลอื่น	3.97	0.87	มาก
4.3 ส่งเสริมให้เกิดการปรับตัวในสังคมและการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น	3.99	0.84	มาก
4.4 ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคม	4.07	0.83	มาก
<b>5. ด้านอารมณ์และความรู้สึก</b>	4.22	0.69	มากที่สุด
5.1 ทำให้รู้สึกมีความสุข อบอุ่นหัวใจ	4.29	0.81	มากที่สุด
5.2 ทำให้รู้สึกคิดถึง ระลึกถึงอดีตอีกครั้ง	4.16	0.90	มาก
5.3 ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ	4.33	0.78	มากที่สุด
5.4 ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตในอดีตที่ไม่เคยสัมผัส	4.12	0.91	มาก
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>4.03</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาดีที่สุดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $= 4.03$ , S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $= 4.22$ , S.D. = 0.69) รองลงมา ได้แก่ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ( $= 4.08$ , S.D. = 0.71) แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล ( $= 4.02$ , S.D. = 0.72) แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ( $= 4.00$ , S.D. = 0.72) และแรงจูงใจด้านกายภาพ ( $= 3.83$ , S.D. = 0.67) ตามลำดับ แรงจูงใจด้านอารมณ์และความรู้สึกนั้นเป็นประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึก ผ่อนคลาย สบายใจ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้เกิดความซาบซึ้งและความประทับใจ ในแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคม แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้รับประสบการณ์ที่สามารถนำไปแบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง และแรงจูงใจด้านกายภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน

### อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000) ที่ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นมีผลต่อพฤติกรรม และส่งผลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนารมย์ สมเพชร (2560) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธารทิพย์ ทากิ (2564) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและพักผ่อน หรือพักผ่อนคลายกับเพื่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตในกรุงเทพมหานคร 2 – 3 ครั้ง ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา และนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวที่เขาวราช โดยเข้าถึงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวณิช (2555) ที่พบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชิดชนก ศรีเมือง (2561) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน และส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนิษา เพ็ญทรัพย์และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือพักผ่อนคลาย และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอารมณ์และความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านระหว่างบุคคล ด้านสภาพและชื่อเสียง และด้านกายภาพตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแมคอินทอชและโกลด์เนอร์ (Mcintosh & Goeldler, 1986) ที่ได้กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางสภาพและชื่อเสียง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิดิษฐ์ อุทธิธรรมศักดิ์, ดวงธิดา นันทภักดิ์ และปิยวุฒิ ศิริมงคล (2561) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนารมย์ สมเพชร (2560) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอุมาพร รัตนพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว (2562) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในด้านระหว่างบุคคล และด้านสภาพและชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านกายภาพ ทั้งการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ร่มรื่น เป็นระเบียบ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น พัฒนาระบบความปลอดภัยให้มีมาตรฐาน เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การเพิ่มจำนวนป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูลรายละเอียด และประวัติความเป็นมาของสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาดและครบครัน เช่น ห้องสุขา ลานจอดรถ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการและพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

2. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมและอนุรักษ์ไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูล ได้รับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต

3. การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต พร้อมพัฒนากิจกรรมให้เป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาด้านกายภาพ ทั้งการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ร่มรื่น เป็นระเบียบ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น พัฒนาระบบความปลอดภัยให้มีมาตรฐาน เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การเพิ่มจำนวนป้ายสื่อความหมาย



ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูลรายละเอียดและประวัติความเป็นมาของสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาดและครบครัน เช่น ห้องสุขา ลานจอดรถ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการและพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

2. องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงและพัฒนาข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมและอนุรักษ์ไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูล ได้รับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมพัฒนากิจกรรมให้เป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกรุงเทพมหานครกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกรุงเทพมหานคร โดยมีการใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำผลที่ได้ไปเชิงลึกมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

#### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

#### เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). สถานการณ์การท่องเที่ยว เดือนมกราคม 2565. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม

2566, จาก [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20220228095455.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20220228095455.pdf)

กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2556). กรุงเทพฯ ปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์

2566, จาก <https://apps.bangkok.go.th/info/m.info/nowbma/>

ชิตชนก ศรีเมือง. (2561). พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก. สืบค้น

เมื่อ 22 เมษายน 2566, จาก [https://bu-mba.rmutk.ac.th/wp-](https://bu-mba.rmutk.ac.th/wp-content/uploads/2019/12/Chichanok_2018.pdf)

[content/uploads/2019/12/Chichanok\\_2018.pdf](https://bu-mba.rmutk.ac.th/wp-content/uploads/2019/12/Chichanok_2018.pdf)

ธารีทิพย์ ทากิ. (2564). ปัจจัยการท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ของชาวไทยไกลบ้านระหว่างการแพร่ระบาดโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2566, จาก [https://so01.tci-](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtt/article/download/253853/169487/925856)

[thaijo.org/index.php/journaldtt/article/download/253853/169487/925856](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtt/article/download/253853/169487/925856)

ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

วัฒนารมย์ สมเพชร. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแหล่งท่องเที่ยวตลาด

เก่าจังหวัดฉะเชิงเทรา. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2566, จาก

<http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2560/b203220.pdf>

เว็บไซต์ข่าวสด. (2562). 7 ย่านเก่า กรุงเทพมหานคร ท่องเที่ยววิถีชุมชนเสน่ห์ไม่เหมือนที่ใด. สืบค้นเมื่อ 13

กุมภาพันธ์ 2566, จาก [https://www.khaosod.co.th/advertorial/news\\_2145927](https://www.khaosod.co.th/advertorial/news_2145927)

[ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1399/1/g621130423.pdf](https://www.khaosod.co.th/advertorial/news_2145927)

เว็บไซต์เคทีซี. (2563). 43 จุดเช็คอิน เที่ยวย่านเมืองเก่ากรุงเทพ ตลาดน้อย ทำเตียน สามแพร่งกุฎีจีนคลอสาน.

สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.ktc.co.th/ktcworld/travel-service/travel->

- story/thailand/old-town-bangkok
- เว็บไซต์ซิลไปไหน. (2564). **ที่เที่ยวย่านเก่า : 5 ย่านเก่าซ่อนตัวอยู่ในกรุงเทพฯ พู่วุ่นนี้เตรียมเมม เตรียมกล้อง**  
**ไปเดินถ่ายรูปกันเถอะ.** สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.chillpainai.com/scoop/7429/>
- เว็บไซต์ทรูไอดี. (2561). **9 ที่เที่ยว ย่านเก่ากรุงเทพฯ เที่ยวแบบประหยัด งบน้อยก็ไปได้ วันหยุดนี้ต้องโดน.** สืบค้นเมื่อ  
22 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://travel.trueid.net/detail/0YeaXQbGRaLY>
- เว็บไซต์ไปด้วยกัน. (2561). **12 ที่เที่ยวย่านยุคถ่ายรูปอัพโพรไฟล์.** สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2566, จาก  
<https://www.paiduaykan.com/travel/ที่เที่ยวย่านยุค>
- เว็บไซต์ไปด้วยกัน. (2564). **30 ชุมชนเก่าสัมผัสเสน่ห์ความคลาสสิก.** สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2566, จาก  
<https://www.paiduaykan.com/travel/เที่ยวชุมชนเก่า>
- เว็บไซต์มาร์เก็ตเธียร์ทิม. (2565). **จับตาไทยเที่ยวไทยยอดพุ่งครึ่งปีหลัง คาดทั้งปีโต 161.7% สร้างรายได้ราว**  
**7.2 แสนล้านบาท.** สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2566, จาก <https://marketeeronline.co/archives/268652>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงไฮทอติคของ**  
**นักท่องเที่ยวชาวไทย.** สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2566, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/download/136392/101738/>
- สิริขญา วงษ์อาทิตย์ และ ยุพาพรรณ วรรณวานิชย์. (2555). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการ**  
**ท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง.** สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน  
2566, จาก [http://ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/843/1/rdi\\_136\\_2555%281%29.pdf](http://ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/843/1/rdi_136_2555%281%29.pdf)
- อภิติฐ อุทิศธรรมศักดิ์, ดวงจิตา นันทาภิรัตน์ และปิยวุฒิ ศิริมงคล. (2561). **ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ทัศนคติ และ**  
**แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา:กรณีศึกษาเพลินวาน อำเภอหัวหิน**  
**จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2566, จาก  
<https://scholar.utcc.ac.th/server/api/core/bitstreams/fd4e7080-b83c-448a-bfc3-697f747b1844/content>
- อุมาพร รัตนพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว. (2562). **ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวตลาดใต้เคี่ยม**  
**จังหวัดชุมพร. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 1(8), 85–91.**
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques** (3<sup>rd</sup> Edition). New York: John Wiley and Sons.
- Holak, S. L., & Havlena, W. J. (1992). Nostalgia: An exploratory study of themes and emotions in the nostalgic experience. **Advances in Consumer Research**, 19, 380-387.
- Kotler, P. (2000). **Marketing: An Introduction**. New jersey: prentice-Hall.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. New York: Wiley Press.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. New York: McGraw-Hill.
- Ramshaw, G., & Gammon, S. J. (2017). Towards a critical sport heritage: Implications for sport tourism. **Journal of Sport & Tourism**, 21(2), 115-131.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Tijdschrift voor Onderwijs research**, 2(2), 49-60.
- Sedikides, C., et al. (2015). Chapter five – To nostalgize: Mixing memory with affect and desire. **Advances in Experimental Social Psychology**, 51(1), 189–273
- Uysal, M., & Hagan, L. A. R. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. **Encyclopedia of hospitality and tourism**, 21(1), 798–810.
-