

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2

ณ. ลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า

Satisfaction of Thai Tourists Towards the Second Edition of Un Ai Rak Khelai Khwam Nao at The Royal Plaza, Dusit Palace and Sanarmsuepa.

สุธาสิณี วิทยาภรณ์*บำรุง ตั้งสง่า** ญาดา วรรณสุข***

Suthasinee Wiyaporn* Bamrourng Tangsanga**Yada Wannasuk**

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*นักวิชาการอิสระ**

Faculty of Liberal Arts Bangkok Thonburi University* Independent academic**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก และ เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่องานอุ่นไอรัก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจสูงสุด การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน พบว่ามีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและภูมิลำเนาแตกต่างกัน พบว่า มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ , อุ้่นไอรัก

Abstract

The purposes of this research were to study the satisfaction of Thai tourists towards the second edition of Un Ai and to compare levels of the satisfaction of Thai tourists towards the second edition of Un Ai Rak by classifying their personal factors. The results found that their overall satisfaction levels towards the Thai tourists were at high when consideration each part of satisfaction it was found as Attraction is the highest rank, the comparison of Satisfaction Level of the Thai tourists with different gender was found no significant difference. Different personal factors of age, education levels, occupation and domicile showed significant differences

Keywords : satisfaction, Un Ai Rak

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเองให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งยังเป็นรายได้หลักให้แก่ประเทศอีกทางหนึ่งด้วยซึ่งไม่ว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะไปในลักษณะใดและไปในที่แห่งไหน ก็ย่อมสนับสนุนให้เกิดสินค้าบริการและการจัดการต่างๆ ตามมาเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีก และเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ

กระแสนักท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย รวมถึงโบราณราชพิธี ถูกจุดประกาย ตั้งแต่การเตรียมการในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในปี 2560 และงาน "อุ่นไอรัก" ที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร ทรงมีพระราชดำริ และทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม 2561 ถือเป็นการจุดพลุให้คนไทยลุกขึ้นมาสนใจแต่งกายย้อนยุค หรือแต่งชุดไทย เพื่อให้ถ่ายรูปเข้ากับบรรยากาศในงาน และทำให้ชาวต่างชาติตื่นตาตื่นใจกับรูปถ่ายคนไทยในชุดไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงชุดไทยยุคปัจจุบัน ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถในรัชกาลที่ 9 ทรงพระราชทานไว้หลายแบบ หลังจากกระแสย้อนยุคและความสนใจในประวัติศาสตร์ และความเป็นไทยถูกจุดติดแล้ว ละครเรื่อง "บุพเพสันนิวาส" ยิ่งช่วยเสริมให้ผู้คนกล้าที่จะแต่งชุดไทยสมัยต่างๆ ออกไปถ่ายรูปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น โดยเฉพาะตามโบราณสถาน ซึ่งเป็นกระแสที่มาแรงอย่างยิ่ง (วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ, 2561) หากย้อนกลับไปเมื่อรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พุทธศักราช 2443 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้จัดงานฤดูหนาวขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อหารายได้สมทบทุนก่อสร้างวัดเบญจมบพิตร มีการออกฐานของพระบรมวงศานุวงศ์ เจ้านายฝ่ายหน้าและฝ่ายใน รวมทั้งข้าราชการ บริษัทห้างร้านต่างๆ รวมถึงร้านอาหาร ตลอดจนมหรสพแบบราชสำนัก เช่น โขน ละครใน ในงานฤดูหนาว พุทธศักราช 2447 ได้ทรงตั้งร้านถ่ายรูปหลวง และทรงถ่ายรูปพระราชทานแก่เจ้านาย ข้าราชการ และชาวต่างชาติและในปีพุทธศักราช 2562 นี้ ภาพบรรยากาศและรอยยิ้มแห่งความสุข ช่วงเวลาที่มีค่าที่กำลังจะกลับมาด้วย สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร ได้พระราชทานพระราชนุญาตให้จัดงานฤดูหนาวเป็นครั้งที่ 2 ในรัชสมัย ระหว่างวันที่ ระหว่างวันที่ 9 ธันวาคม พุทธศักราช 2561 ถึงวันที่ 19 มกราคม พุทธศักราช 2562 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า ภายใต้ชื่อ “อุ่นไอรัก คลายความหนาว สายน้ำแห่งรัตนโกสินทร์”

จากความสำเร็จดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สนใจและเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ในครั้งที่ 1 เป็นจำนวนมากถึง 1,145,530 คน (กรมประชาสัมพันธ์, 2561) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ที่จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึง 19 มกราคม พ.ศ. 2562 กรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ “งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว สายน้ำแห่งรัตนโกสินทร์” ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้ คือ ในด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ทางฝ่ายผู้จัดงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว จะสามารถนำข้อมูลที่ทราบจากผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ให้มีรูปแบบและการบริการที่ได้ระดับมาตรฐานเหมาะสมสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่งานอุ่นไอรักคลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่งานอุ่นไอรักคลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของปัญหา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เนื้อหาที่ศึกษาครอบคลุมในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่งานอุ่นไอรักคลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า ปัจจัยที่ใช้พิจารณา 4 ด้าน คือ ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) และองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's)

2. ขอบเขตของประชากรการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คืองานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ทำวิจัยขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลตั้งแต่ ตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2562

วิธีการดำเนินงานวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยโดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 1 เป็นจำนวน 1,145,530 คน (กรมประชาสัมพันธ์, 2561)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ด้วยวิธีการคำนวณจากสูตร Taro Yamane ระดับความคลาดเคลื่อนที่ .05 ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมดได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check – List) ประกอบด้วยข้อมูลส่วนต่างๆ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข ควรปรับปรุงในด้านใด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถามในวันที่ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม และเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง ซึ่งใช้เวลาเก็บและรวบรวมแบบสอบถามในวันนั้น

2. ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด

3. รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้มาดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการ แจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำงานท่องเที่ยวในไอร์แลนด์ คลายความหมายครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำงานท่องเที่ยวในไอร์แลนด์ คลายความหมาย ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สมมติฐานที่ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจทำงานในไอร์แลนด์ คลายความหมาย ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า ที่แตกต่างกัน ทดสอบโดยการทดสอบ t-test

สมมติฐานที่ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ , ระดับการศึกษา , อาชีพ และภูมิลำเนา ที่ต่างกันมีความพึงพอใจทำงานในไอร์แลนด์ คลายความหมาย ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้านแตกต่างกัน ทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance)

ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทีละคู่ โดยวิธีทดสอบรายคู่การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) ในกรณีที่ผลการทดสอบสมมติฐานให้ค่าแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละ

ค่าเฉลี่ย (Sample Mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) เพื่อใช้อธิบายความแปรปรวนของ

การทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample : t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน

การทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA : F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้ทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD)

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และเพศชาย มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.80

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่องานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ด้านการกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.28) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ของงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า กรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นการสร้างบรรยากาศงานฤดูหนาวแบบไทย ย้อนยุค ส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของไทย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ การจัดแสดงสินค้าอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาไทย เช่น งานช่างสิบหมู่, งานช่างฝีมือในวัง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.48) ใช้ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จัดในรูปแบบตลาดบก ตลาดน้ำ และอาหาร พื้นบ้าน 4 ภาค มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.44) สินค้ามีความหลากหลาย มีราคาและคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และบริการเช่าชุดไทยและถ่ายภาพสตูดิโอชุดไทยในราคาย่อมเยา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นเรื่อง การเชิญชวนผ่านสื่อต่างๆ ให้ใส่ชุดไทยเพื่อท่องเที่ยวภายในงานมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านวิทยุ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, IG เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) การให้รางวัลสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้ซื้อสินค้าการกุศล “มังฉาพาโชค” (ค่าเฉลี่ย 4.26) และการโฆษณาผ่านป้ายริมทาง (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นเรื่อง ความงดงามของพระที่นั่งอนันตสมาคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ความงดงามของพระที่นั่งไอศวรรย์ทิพยอาสน์จำลอง และความงดงามของเรือพระที่นั่ง 4 ลำ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความงดงามของอาคารบ้านเรือนย้อนยุคจำลอง (ค่าเฉลี่ย 4.40) และการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ภายในงานอุ่นไอรักคลายความหนาว (ค่าเฉลี่ย 4.34) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นเรื่อง การสาธิตงานศิลปะช่างสิบหมู่และ workshop จากโรงเรียนช่างฝีมือในวัง (ชาย) และการสาธิตงานฝีมืองานหัตถศิลป์และอาหาร ชาววังจากโรงเรียนช่างฝีมือในวัง (หญิง) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ กิจกรรมการแสดงมหรสพ ณ เวทีการแสดงสนามเสือป่า (ค่าเฉลี่ย 4.29) กิจกรรมสลากชิงโชคการกุศล “มังฉาพาโชค” (ค่าเฉลี่ย 4.24) และกิจกรรมถ่ายภาพสตูดิโอย้อนยุค (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นเรื่อง การรักษาความปลอดภัย และจิตอาสาให้คำแนะนำเรื่องข้อมูลต่างๆ ภายในงานอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ มีการจัดการจราจรอย่างเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีความสะดวกต่อการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว และมีการตีพิมพ์เอกสาร โบรชัวร์ จุดสแกน QR CODE แสดงผังการจัดงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว เพื่ออำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และห้องน้ำมีความสะอาดและให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

สมมติฐานที่ 1 “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า ที่แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันใน 5 ด้าน

สมมติฐานที่ 2 “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 จึงยอมรับในสมมติฐานดังกล่าว เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่า กลุ่มที่มีอายุ 26 – 35 ปี, อายุ 46 - 49 ปี และ อายุ 50 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 3 “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 จึงยอมรับในสมมติฐานดังกล่าว จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย มากกว่า กลุ่มปริญญาตรี และกลุ่มปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่ากลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 4 “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 และ .05 ตามลำดับ จึงยอมรับในสมมติฐานดังกล่าว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน และกลุ่มอาชีพแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย มากกว่า กลุ่มอาชีพอื่นๆ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน

สมมติฐานที่ 5 “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับในสมมติฐานดังกล่าว จำแนกตามภูมิลำเนา เป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่ากลุ่มภาคตะวันตก และกลุ่มภาคตะวันตก มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มภาคกลาง จำแนกตามภูมิลำเนา เป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มภาคใต้ มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่ากลุ่มภาคตะวันออก, กลุ่มภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มภาคตะวันตก, กลุ่มภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า กลุ่มภาคตะวันตก, กลุ่มภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มภาคกลาง, กลุ่มภาคตะวันตก มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า กลุ่มภาคกลาง และกลุ่มภาคตะวันตก มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า กลุ่มภาคอีสาน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน เพื่ออธิบายสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น (Dickman, 1996) ในขณะที่รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีการสร้างบรรยากาศงานฤดูหนาวแบบไทยย้อนยุค ซึ่งส่งเสริมวัฒนธรรมด้านการแต่งกายอย่างไทยที่ดั้งเดิม มีการจัดแสดงสินค้าอัตลักษณ์ของไทยในด้านต่างๆ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีระดับพึงพอใจในระดับมาก ในด้านกิจกรรมมีการแสดงและสาธิตงานศิลปะ กิจกรรมถ่ายภาพ กิจกรรมสลากริงโซค เป็นกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายช่องทาง ซึ่งทุกด้านมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด (4P's) และองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ครั้งที่ 2 ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ มธุรา สวนศรี (2559) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมลตา ธนินันท์ (2560) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดการด้านคมนาคม และด้านการต้อนรับ ทำให้ทราบถึงกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) สามารถนำไปช่วยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและแนวย้อนยุค โดยนำเสนอรูปแบบการจัดแสดงและกิจกรรมให้แปลกใหม่น่าสนใจ รวมถึงปรับปรุงเพิ่มเติมด้าน ผลิตภัณฑ์ การบริการ และการประชาสัมพันธ์ และยังสามารถนำไปเสนอแก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือที่ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกันกับงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ให้สามารถนำเสนอในรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่การดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งการจัดงานอุ่นไอรักคลายความหนาว ในครั้งที่ 2 นี้ ทางหน่วยงานส่วนพระองค์ ภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความร่วมมือจัดงานออกมาในรูปแบบที่สะท้อนความเป็นไทยออกมาได้ดีมาก ประชาชนได้รับความสุขอิ่มเอมใจที่ร่วมทำบุญจากการซื้อสินค้าที่จัดงานออกร้าน ซึ่งจะทรงนำไปใช้ในการพระราชกุศลบำเพ็ญบุญ บำรุงสุขให้แก่ประชาชนผู้ได้รับความเดือนร้อนจากภัยและเหตุการณ์ต่างๆ ทั่วประเทศไทย และได้รับความรู้มากมายจากนิทรรศการต่างๆ ภายในงานที่แสดงถึงพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในสมัยรัตนโกสินทร์จวบจนถึงรัชสมัยปัจจุบัน นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ ของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณฯ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10

ข้อเสนอแนะ

โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอยากให้เพิ่มจุดบริการห้องน้ำให้มากกว่านี้ และจัดให้มีห้องน้ำหญิงมากกว่าห้องน้ำชาย เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมีมากกว่าและมีข้อจำกัดในการทำธุระส่วนตัวในห้องน้ำที่นานกว่า อยากให้เพิ่มจุดนั่งพักและจุดรับประทานอาหารให้มีมากขึ้น และอาจเพิ่มเติมจุดรับฝากสัมภาระสำหรับผู้ที่มาเช่ารถส่วนตัวเอง เมื่อไม่มีจุดรับฝากของทำให้ต้องนำชุดสำหรับเปลี่ยนติดตัวไปด้วย ระยะเวลาการจัดงานอาจไม่ต้องนานมากแต่ให้เน้นความเป็นไทยอย่างแท้จริงทำได้ดีมาก แต่อาจมีการใช้เงินโบราณในการแลกซื้อสินค้า และเจ้าหน้าที่พ่อค้าแม่ค้า ผู้ให้บริการภายในงานใช้คำสนทนาแบบไทยโบราณด้วยจะทำให้บรรยากาศยิ่งเป็นแบบย้อนยุคมากยิ่งขึ้น การคัดกรองนักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในระดับดีแล้ว แต่อยากให้คัดกรองการแต่งกายก่อนเข้าในงาน มีบางท่านใส่ชุดไม่เรียบร้อย เช่น เป้เกินไป และความคิดเห็นอื่นนอกจากนี้ มีการชื่นชมในการจัดงานในรูปแบบนี้อยากให้จัดทุกปี มีความประทับใจเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายโดยรวมที่ใช้ในการท่องเที่ยวงานอุ่นไอรัก เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจที่จะทำวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวกับการวิจัยเรื่องนี้ ควรจะมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ (Qualitative study) ในพื้นที่งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว ณ พระลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่าต่อไป

บรรณานุกรม

กรมประชาสัมพันธ์. ข่าวประชาสัมพันธ์งานอุ่นไอรัก คลายความหนาว. ที่มา :

<http://phralan.in.th/newsdetail.php?id=5&d=250>. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2561

มธุรา สวนศรี.(2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี.

วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 11 ฉบับที่ 1.

เมตตา ธนิตนน์. (2560). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน.

การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ. (2561). กระแสย้อนยุค. ที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com> สืบค้นเมื่อวันที่

1 มกราคม 2562

Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.