



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย
Suan Sunandha Academic & Research Review

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์

กรณีศึกษา คนเจนเอเรชั่น Y

กัญญารัตน์ บุญนำ

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

E-mail: kanyarat.bun@stu.nida.ac.th

Received 12 Feb 2022

Revised 18 Sep 2022

Accepted 25 Oct 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่น Y 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่น Y กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนเจนเอเรชั่น Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพ จำนวน 120 คน โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีค่าความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 0.94 และค่าความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.95 และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดย หาค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบระดับความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีสถิติ Least-Significant Different (LSD) และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวคนเจนเอเรชั่น Y ที่ท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ต่างกัน และ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจทางกายภาพ ด้านสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล และด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีเพียงด้านสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรมที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์

คำสำคัญ : การตัดสินใจท่องเที่ยว, พืชรภัณฑ์, คนเจนเอเรชั่น Y



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย
Suan Sunandha Academic & Research Review

Factors affecting the decision to visit the Rattanakosin Island Museum

Case Study: Generation Y

Kanyarat Bunnam

Master of Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National

Institute of Development Administration

E-mail: kanyarat.bun@stu.nida.ac.th

Abstract

The objectives of this research were 1) To study the decision to visit various museums on Rattanakosin Island of Generation Y tourists, 2) To study the decision to visit various museums on Rattanakosin Island classified by personal factors, 3) To study tourism motivation that affects the decision to visit various museums on Rattanakosin Island of Generation Y tourists. The sample group in this research was 120 Generation Y people in the Bangkok area using questionnaires to collect data. The content validity was 0.94 and the Cronbach's alpha coefficient was 0.95. The results were statistically analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by t-test and one-way ANOVA statistics. If a difference is found, the level of difference is compared in pairs using Least-Significant Different (LSD) and Multiple Regression Analysis with statistical significance at the 0.05 level.

The findings revealed that Generation Y tourists visiting various museums on Rattanakosin Island with different educational levels, occupations, and statuses had different decisions to visit museums on Rattanakosin Island. tourism motivation, physical motivation, interpersonal motivation and status, and prestige motivation affected decisions to visit various museums on Rattanakosin Island. Only cultural motivation did not affect the decision to visit museums on Rattanakosin Island.

Keywords: Travel decisions, Museums, Generation Y

บทนำ

จุดกำเนิดกรุงเทพมหานคร เริ่มต้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ นับเป็นเวลา 200 กว่าปี ที่พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาใจกลางเมืองหลวง เป็นศูนย์กลางของพระราชวัง วัดวาอาราม สถานที่ราชการ โรงเรียน และสถานที่

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 2 (July-December) 2022



เก่าแก่ที่สำคัญต่างๆ (Around on line, 2019) เกาะรัตนโกสินทร์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ตั้งแต่โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ ร้านค้า ร้านอาหาร งานศิลปะและแหล่งเรียนรู้หลากหลายรูปแบบซึ่งล้วนเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ พิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นสถาบันที่ถือกำเนิดในสังคมไทยมาร่วมร้อยปีแล้ว จากจุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน สังคมไทยได้เห็นพิพิธภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ส่วนบุคคล พิพิธภัณฑ์ในวัด พิพิธภัณฑ์ในโรงเรียน เป็นต้น อีกทั้งยังมีคำเรียกหลากหลายรูปแบบ เช่น หอศิลป์ ศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งเรียนรู้ คำต่างๆ ที่ใช้เรียก ล้วนสะท้อนว่าสถาบันประเภทนี้เป็น สถาบันทางวัฒนธรรม ที่ทำหน้าที่ให้การศึกษาและถ่ายทอดความรู้ด้านต่างๆ ให้แก่สังคม

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้านต่างๆ ในปัจจุบันนี้ส่งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานด้านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย วิถีชีวิตของคนเมืองอาจทำให้ความสนใจในศิลปวัฒนธรรมและคุณค่าความเป็นไทยลดน้อยลง งานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าเหตุผลที่ทำให้คนไม่เข้าพิพิธภัณฑ์นั้นอาจมาจากการขาดความตระหนัก ขาดเวลา และขาดความสนใจ รวมถึงเหตุผลทางโครงสร้างด้วย สิ่งที่น่าสนใจคือมีปัจจัยอยู่ 5 อย่างที่ช่วยในการตัดสินใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ คือ ความตระหนัก การเข้าถึงได้ง่าย สิ่งที่มีความหมาย สิ่งที่สำคัญต่อผู้เข้าชม และความเข้าใจของพิพิธภัณฑ์ (Archives of the Archdiocese of Bangkok, 2015) อุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้เข้าชมและพิพิธภัณฑ์เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วโลก การลดช่องว่างของทั้งสองนั้นเป็นหน้าที่ของผู้จัดทำพิพิธภัณฑ์ ที่ต้องสร้างสรรค์งานให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชม เป็นที่รู้กันดีว่าพิพิธภัณฑ์ของไทยมีอุปสรรคที่แตกต่างกันไป ทั้งด้านการบริหารจัดการ นโยบายของภาครัฐ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหรือวัฒนธรรม หากมีการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชม จะนำไปสู่การพัฒนาสู่การเรียนรู้นอกห้องเรียนมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของสังคมเมืองวิถีชีวิตของคนเมืองรุ่นใหม่ที่ต้องการพื้นที่สาธารณะสำหรับการพบปะสังสรรค์ การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จึงเป็นความโอกาสที่ดีของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัว เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นประโยชน์จากการเรียนรู้ผ่านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้เพื่อการรักษาไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม และการนำมาสร้างให้เกิดคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่น Y เป็นนักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยอัตราการเกิดของประชากรไทยในรุ่นหลังยังคงอยู่ในระดับต่ำ จึงทำให้กลุ่มเจนเอเรชั่น Y เป็นกลุ่มผู้บริโภคมีขนาดใหญ่ที่สุดและมีอัตราการใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มเจนเอเรชั่นอื่นๆ (SCB Economic Intelligence Center, 2014) จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่น Y เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว อีกทั้งตามแผนยุทธศาสตร์การบูรณาการด้านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) มีความต้องการให้พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ เป็นแหล่งเรียนรู้สาธารณะที่ส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มพูนทักษะให้ประชาชน มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพคนไทยทุกช่วงวัย ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และเพื่อให้



พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง (Museum and Learning Center Integration Committee, 2016)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา คนเจนเอเรชั่น Y ซึ่งผลการศึกษาจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ประยุกต์ วางแผน ปรับปรุง พัฒนาพิพิธภัณฑ์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดอื่นๆ ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน รวมถึงเป็นแหล่งเรียนรู้อันทรงคุณค่าที่อยู่คู่กับประเทศไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่น Y
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่น Y

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ โดยมาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ
 - 1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากคนเจนเอเรชั่น Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพ ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2540 มีอายุระหว่าง 24-41 ปี (Miller & Washington, 2011) บริเวณพิพิธภัณฑ์รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ (Rattanakosin Exhibition Hall), มิวเซียมสยาม (Museum Siam) และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร (National Museum Bangkok) เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 แห่งนี้ มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุด 5 ลำดับแรก (Museum Thailand, 2021) และยังคงเปิดให้บริการในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากสูตรวิเคราะห์อำนาจการทดสอบสถิติที่ศึกษาของ (Cohen, 1988) โดยนำผลของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด มาคำนวณค่า Partial R^2 ได้ค่าเท่ากับ 0.142114909 เพื่อนำมากำหนดค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างในโปรแกรม G*Power (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009) ซึ่งกำหนดค่า Input parameters ตามผลการคำนวณจากแบบสอบถาม ดังนี้ 1) กำหนดค่าประมาณขนาดอิทธิพล (effect size): Effect size f convention – large = 0.1656573 2) กำหนดค่า A err prob = 0.05 3) กำหนดอำนาจการทดสอบ (power): Power (1- β err prob)



= 0.95 4) กำหนดค่า Number of groups = 4 ผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 117 ชุด ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 ชุด ในการแจกแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ การเก็บข้อมูลเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงเลือกสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว คนเจนเนอเรชัน Y ที่เข้าชมพิพิธภัณฑสถานทั้ง 3 แห่ง โดยการแจกแบบสอบถามบริเวณทางเข้าชมพิพิธภัณฑสถานและใช้วิธีการคัดกรองเบื้องต้นเกี่ยวกับปี พ.ศ.ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2540 เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เมื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือในภาพรวม พบว่า เท่ากับ 0.95

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากหนังสือ วารสาร ตำรา วิชาการ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว นำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย หาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ และ หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

2.2.1. ทดสอบ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ต่างกัน ทำให้การกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบ

2.2.2 ทดสอบ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพต่างกัน ทำให้การกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ต่างกัน โดยใช้สถิติ One way ANOVA ทดสอบ หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

2.2.3 ทดสอบ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีผลต่อการกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ต่างกัน ใช้สถิติ Multiple Regression Analysis ทดสอบ โดยการใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Level of Significance)



ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแต่ละด้านพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.20 เกิดปี พ.ศ. 2535-2540 ร้อยละ 65.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 72.50 เป็นพนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 35.00 และมีสถานภาพโสด ร้อยละ 66.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สิ่งจูงใจทางกายภาพ	3.72	0.88	มาก
สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม	3.63	0.94	มาก
สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล	3.39	0.95	ปานกลาง
สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.72	0.97	มาก
รวม	3.62	0.82	มาก

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวพบว่า ผลรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญในด้าน 1) ด้านสิ่งจูงใจทางกายภาพในระดับมาก ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความรู้ 2) ด้านสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวขยายโลกทัศน์ของตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ ส่งเสริมการเรียนรู้และรู้จักตนเองมากขึ้นและเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนเพื่อการพัฒนาตน แรงจูงใจเพื่อต้องการเพิ่มพูนความรู้และความสามารถของตนเอง และส่งเสริมการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน 3) ด้านสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเรียนรู้นอกห้องเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ด้านมรดกวัฒนธรรมของชาติ เป็นกิจกรรมการเรียนรู้วิวัฒนาการของประเทศชาติและสภาพสังคมในปัจจุบัน และสร้างความภาคภูมิใจในประเทศ 4) ด้านสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีในครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือ ส่งเสริมการมีมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ดี และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความรู้กับบุคคลอื่น ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโกสินทร์

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโกสินทร์ จำแนกเป็นรายด้าน



การตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักรอบ เกาะรัตนโกสินทร์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การรับรู้ถึงความต้องการ	3.81	0.76	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.55	0.73	มาก
การประเมินทางเลือก	3.54	0.82	มาก
การตัดสินใจมาท่องเที่ยว	3.69	0.79	มาก
การประเมินผลของการตัดสินใจ	3.75	0.87	มาก
รวม	3.67	0.70	มาก

การตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักรอบเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า ผลรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาการตัดสินใจเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน 1) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการในส่วนใหญ่รับรู้ถึงความต้องการในการตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักรอบเกาะรัตนโกสินทร์เพื่อต้องการพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อต้องการเพิ่มพูนความรู้ เพื่อต้องการค้นหาความแปลกใหม่ และเพื่อต้องการเข้าสังคม 2) ด้านการประเมินผลของการตัดสินใจ ส่วนใหญ่หากมีโอกาสจะแนะนำพืชรักให้กับบุคคลอื่นหรือบุคคลที่รู้จักมากที่สุด รองลงมาคือ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวพืชรักในครั้งนี้ และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวพืชรักนี้อีก 3) ด้านการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวพืชรักเพราะต้องการมาเก็บเกี่ยวประสบการณ์การเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ๆมากที่สุด รองลงมาคือ ตัดสินใจมาท่องเที่ยวพืชรักเพราะค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม และตัดสินใจมาท่องเที่ยวพืชรักเพราะความมีชื่อเสียง 4) ด้านการค้นหาข้อมูล ส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ผ่านทางค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น Website/ Facebook/Review/Influencer/Blogger มากที่สุด รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลจากสื่อออฟไลน์ เช่น โทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นิตยสารท่องเที่ยว/โบรชัวร์ /คู่มือท่องเที่ยว และสอบถามข้อมูลจากเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ 5) ด้านการประเมินทางเลือก ส่วนใหญ่มีการประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักรอบเกาะรัตนโกสินทร์ เรื่องคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ประเมินว่าพืชรักที่เลือกมีการแสดงถึงอัตลักษณ์ของตนเองและเปรียบเทียบกับกิจกรรมของพืชรักอื่นกับพืชรักที่เลือก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

ผลจากการการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เปรียบเทียบตามเพศ ซึ่งทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการทดสอบ



ค่า “ที” (t-test) และเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่าง ใช้การวิเคราะห์รายคู่ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบการการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณคดี โดยจำแนกตามเพศ

	เพศชาย (n=37)		เพศหญิง(n=83)		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	S.D.	$\bar{X}$		
การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณคดี	3.58	0.57	3.71	0.75	-0.999	0.430

* Sig < 0.05

ทดสอบการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณคดีด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample (t-test) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.430 ซึ่งมากกว่าค่า α 0.05 ซึ่งแสดงว่า เพศที่ต่างกันไม่ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณคดีต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยตัวแบบ ANOVA

ANOVA						
ปัจจัยส่วนบุคคล		SS	df	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา	Between Groups	6.502	2	3.251	7.457	0.001*
	Within Groups	51.005	117	0.436		
	Total	57.507	119			
อาชีพ	Between Groups	13.376	5	2.675	6.911	0.000*
	Within Groups	44.131	114	0.387		
	Total	57.507	119			
สถานภาพ	Between Groups	16.913	2	8.456	24.373	0.000*
	Within Groups	40.594	117	0.347		
	Total	57.507	119			

* Sig < 0.05

ผลจากการการวิเคราะห์สมการถดถอยตัวแบบ ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณคดีแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



เมื่อทำการทดสอบจับคู่ (Multiple Comparisons) โดยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีความต่างกันในการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์ภาพรวม ดังนี้

- 1) การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์ภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ สูงกว่าปริญญาตรี
- 2) การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์ภาพรวม จำแนกตามอาชีพต่างกัน คือ
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีอาชีพ พนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้าง กับ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย กับ ข้าราชการ
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย กับ แม่บ้าน
- 3) การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์ จำแนกตามสถานภาพ ต่างกัน คือ
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีสถานภาพ โสด กับ สมรส
 - นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ที่มีสถานภาพ สมรส กับ หม้าย/หย่าร้าง

2. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์
ตารางที่ 5 ผลจากการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโบราณโกสินทร์ (Y)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.929	0.130		7.120	0.000		
สิ่งจูงใจทางกายภาพ (X ₁)	0.191	0.050	0.241	3.817	0.000*	0.417	2.397
สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (X ₂)	0.102	0.060	0.139	1.708	0.090	0.252	3.970
สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (X ₃)	0.216	0.044	0.294	4.910	0.000*	0.464	2.156
สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (X ₄)	0.249	0.053	0.347	4.739	0.000*	0.310	3.228



$F = 121.687$, $Sig = 0.000^*$, $* = P < 0.05$

จากตารางพบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 3.970 ซึ่งไม่เกิน 10 (VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10) และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุดมีค่า 0.252 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity เมื่อวิเคราะห์สมการถดถอย Multiple Regression Analysis พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ด้าน มีตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ (Y) ได้แก่ สิ่งจูงใจทางกายภาพ (X_1) สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (X_3) และสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (X_4) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.899 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.809 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัว มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ได้ร้อยละ 80.90 ส่วนที่เหลือร้อยละ 19.10 เกิดจากอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ และสามารถนำมาแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y = 0.929 + 0.191X_1 + 0.216 X_3 + 0.249 X_4$$

0.000* 0.000* 0.000* 0.000*

สรุปผลการวิจัย

1. การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y

ผลการวิจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ พบว่า ผลรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด พบว่า การรับรู้ถึงความต้องการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การประเมินผลของการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก การค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ 3.54 ตามลำดับ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด

2. การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เกิดปี พ.ศ. 2535-2540 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้าง และมีสถานภาพโสด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวคนเจนเนอเรชัน Y ที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ไม่ต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวคนเจนเนอเรชัน Y ที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y

ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม) ๒๕๖๕

Volume 16 Number 2 (July-December) 2022



ผลการวิจัย พบว่า ผลรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งจูงใจทางกายภาพในระดับมาก ซึ่งเท่ากับสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง รองลงมาได้แก่ สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรมและสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ด้านสิ่งจูงใจทางกายภาพ ด้านสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล และด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ มีเพียงด้านสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรมที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์

อภิปรายผล

จากปัญหาการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้านต่างๆ ส่งผลกระทบเชิงบวกและลบต่อการดำเนินงานด้านพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วยจึงเป็นความท้าทายใหม่ๆ ที่พิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้จะต้องพยายามปรับตัวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นประโยชน์จากการเรียนรู้ผ่านพิพิธภัณฑสถานและการนำมาสร้างให้เกิดคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จากงานศึกษานี้ได้ศึกษา คนเจนเนอเรชั่น Y ที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า

1. การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่น Y

ด้านรับรู้ถึงความต้องการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์จะต้องรู้ว่าตัวเองต้องการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพื่ออะไร เช่น ต้องการมาเพื่อต้องการพักผ่อน ต้องการมาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

ด้านการประเมินผลของการตัดสินใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า หลังจากการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานจบแล้ว นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว อาจจะได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้ จะทำให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำให้กับบุคคลที่รู้จักหรือนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะไม่มาเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในครั้งต่อไปและอาจจะเกิดผลเสียต่อการบอกต่อในด้านลบที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวคนอื่นมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานดังกล่าวลดลง

ด้านการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวประเมินผลการตัดสินใจได้แล้วว่าจะไปท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานใด นักท่องเที่ยวจะเกิดการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว สุดท้ายจะเกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งการตัดสินใจท่องเที่ยวอาจจะไม่เกิดหากมีการพิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

ด้านการค้นหาข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า หลังจากนักท่องเที่ยวทราบแล้วว่าตนเองต้องการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพื่ออะไร ก็จะมีการค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แต่การค้นหา



ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่เกิดขึ้นหากนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวสูงมากจะสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทันทีโดยไม่ต้องการค้นหาข้อมูล

การประเมินทางเลือก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะเกิดความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวและเกิดการประเมินทางเลือกว่าต้องการตัดสินใจเพื่อไปท่องเที่ยวที่ใด ซึ่งการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานของนักท่องเที่ยวนั้นอาจจะนำไปเปรียบเทียบกับพิพิธภัณฑสถานอื่น ประเมินจากความคุ้มค่าในการมาท่องเที่ยวหรือความอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

2. การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

เพศที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงด้านเดียวที่เพศต่างกันทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานต่างกันคือ ด้านการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพราะต้องการมาเก็บเกี่ยวประสบการณ์การเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ๆ การตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพราะความมีชื่อเสียง และตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานเพราะค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม

ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Montatong, 2021) เรื่อง การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนครกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนครกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านความปลอดภัย ด้านข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้มีกระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ประเด็นที่น่าสนใจคือ อาจเนื่องจากพิพิธภัณฑสถานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ได้ระบุเจาะจงเฉพาะเพศใดเพศหนึ่ง มีความยืดหยุ่นที่จะมีรูปแบบให้เหมาะสมกับคนทุกเพศ โดยทุกเพศสามารถมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เข้าสังคม ค้นหาความแปลกใหม่ เพิ่มพูนความรู้ได้และทำกิจกรรมได้หลากหลาย จึงทำให้ท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ไม่ต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ต่างกัน อาจเนื่องจาก ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ต่างกัน สะท้อนถึงมุมมอง ประสบการณ์และความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Orungwilai, 2019) ที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองต่างกัน โดยที่การศึกษาต่างกัน สามารถบ่งชี้ถึงการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองต่างกัน อาจเนื่องจากการศึกษาที่ต่างกัน สะท้อนถึงการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ความเข้าใจ ความต้องการการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kiatpiriya, Pukayaporn, & Naksuk, 2020) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง



ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงาน จำแนกตาม สถานภาพการสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเป็นอิสระมีเวลา สามารถเลือกที่จะเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของตนเองโดยไม่ต้องกังวลถึงความ รับผิดชอบต่อบุคคลในครอบครัวจึงอาจจะเกิดความพึงพอใจได้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้ว

3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑเพื่อพักผ่อนและเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ซึ่งพิพิธภัณฑเป็นสถานที่ผู้คนไม่พลุกพล่านและมีการจัดแสดงนิทรรศการที่หมุนเวียนเปลี่ยนเรื่องไปเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวจึงเลือกที่จะมาใช้เวลาอยู่ในพิพิธภัณฑ เพื่อพักผ่อนหรือมองหาแรงบันดาลใจ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Anyapornsuk, 2016) เรื่อง ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยววัยสูงอายุนักท่องเที่ยวยุโรป ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผลักดัน ในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ด้านการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายด้านการเดินทางเพื่อศึกษาเรียนรู้ และเติมเต็มความต้องการของตนเอง

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y เห็นความสำคัญของพิพิธภัณฑที่เป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ของตนเองและนำความรู้ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Sangadsri, 2015) เรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง โดยความปรารถนาเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวความรู้สึกภูมิใจที่ยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นอีกทั้งชุมชนบ้านหนองขาวยังมีคุณค่าคู่ควรแก่การอนุรักษ์และมีคุณค่าทางจิตใจซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองขาวมากขึ้น แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y ไม่สอดคล้องกับ (McIntosh & Goeldner, 1986) ที่กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ ได้แก่ 1) สิ่งจูงใจทางกายภาพ 2) สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม 3) สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล และ 4) สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ตัวอย่างสิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ ความต้องการที่อยากรู้จักการเรียนรู้ใหม่ๆ เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น ประเด็นที่น่าสนใจคือ อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล มีความเป็นสากล มีเทคโนโลยีพกพา รักความ



สะดวกสบาย เกิดมาในยุคที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตและเฟื่องฟู (Post Today, 2019) จึงเป็นเหตุผลที่สามารถอธิบายได้ว่าทำไมสิ่งจึงทางวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Y

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน อาจเนื่องจากการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานทำให้ได้มีโอกาสรู้จักเพื่อนใหม่ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นและทำให้ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่พิพิธภัณฑสถานจัดขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานนั้นช่วยเสริมสร้างสัมพันธภาพกับคนที่มาด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนหรือครอบครัว ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Sangadsri, 2015) เรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง โดยนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาวเพื่อที่จะพบปะผู้คน หาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ไปจากสิ่งแวดล้อมที่ใช้ชีวิตอยู่ประจำวัน รวมถึงได้ทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนหรือคนในครอบครัวในขณะท่องเที่ยวซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองขาวเป็นโอกาสให้ได้ใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นเพื่อกระชับความสัมพันธ์กันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรทำการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วย ที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เช่น องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5A) ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านนโยบายรัฐ ด้านสภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาการท่องเที่ยวท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป และทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างให้กว้างและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น ศึกษาคนเจนเนอเรชัน X และ เจเนอเรชัน Z เป็นต้น รวมไปถึงการสำรวจในพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ ในพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ทราบความคิดเห็นทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำไปปรับใช้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑสถานต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ ดังนี้

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ควรให้ความสำคัญเรื่องระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้นได้รับการศึกษาที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลให้ทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์หรือความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละระดับการศึกษา เพราะฉะนั้นควรมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑสถานที่มีวัตถุประสงค์



เฉพาะด้าน เช่น เพื่อการศึกษาเรื่องนี้โดยเฉพาะ หรือเพื่อการวิจัยเฉพาะด้าน เพื่อเป็นการตอบโจทยความต้องการ และความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด ควรให้ความสำคัญใน เรื่อง ปัจจัยด้านอาชีพของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีเวลาว่าง วันหยุด หรือการลางานส่งผลให้มีการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวทุกอาชีพ และควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านสภาพของนักท่องเที่ยว อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ย่อมมีอิสระด้านเวลา ค่าใช้จ่ายการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้น จึงควรให้ความสำคัญให้นักท่องเที่ยวในทุกๆ สถานภาพ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญในด้านสิ่งจูงใจทางกายภาพ เพราะนักท่องเที่ยวมีการให้ระดับความเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ภายในพิพิธภัณฑ์ควรมีการจัดแสดงที่มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสถานที่นั่งพักผ่อน มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ อย่างครบครัน เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการมาพักผ่อนหรือการหาความรู้นอกห้องนอกเรียนที่มอบประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว ด้านสิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการมีพื้นที่ในการทำกิจกรรมร่วมกัน แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น สร้างพื้นที่ปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้แสดงออก เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธภาพอันดีกับบุคคลอื่นหรือ คนในครอบครัว ด้านสิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง ควรให้ความสำคัญในการจัดเตรียมสถานที่ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพิพิธภัณฑ์ การเตรียมความพร้อมในด้านการจัดแสดง ไม่ว่าจะเป็นป้ายประกอบการจัดแสดงที่ควรมองเห็นง่าย ไม่ตัวเล็กจนเกินไป, แสง สี เสียง ไม่ขัดข้องเมื่อทำการจัดแสดง, เส้นทางเดินในพิพิธภัณฑ์มีระยะทางเดินที่เหมาะสม เป็นต้น

ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ สามารถนำผลการศึกษามาใช้ในการประยุกต์ให้เข้ากับพิพิธภัณฑ์ของตนเองหรือการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนปรับปรุงและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ของประเทศไทยให้เป็นแหล่งเรียนรู้อันทรงคุณค่าที่อยู่คู่กับประเทศไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

References

- Anyapornsuk, T. (2016). *Factors affecting decision-making process of Senior Tourists from Europe when choosing Thailand as a travel destination*. (master's thesis) Dhurakij Pundit University. Retrieved June 24, 2021, from <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/159691.pdf> (In Thai)
- Archives of the Archdiocese of Bangkok. (2015). *How come people don't visit the museum*. Retrieved June 12, 2021, from <https://www.catholichaab.com/main> (In Thai)
- Around on line. (2019). *The Rattanakosin Island Guide Book*. Retrieved from <https://www.aroundonline.com/around-travel-cultural-district-museum-siam> (In Thai)



- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *41*(4), 1149-1160.
- Kiatpiriya, S., Pukayaporn, S., & Naksuk, W. (2020). *Factors Affecting Working People's Decision Making to Travelling on Weekend and Long Holiday*. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/249105> (In Thai)
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Miller, K. R., & Washington, K. (2011). *Consumer Behavior*. CA: Richard K. Miller & Associates.
- Montatong, T. (2021). *Domestic Travel Decisions of Bangkok*. (Master's Thesis). Ramkhamhaeng University, Bangkok (In Thai).
- Museum and Learning Center Integration Committee. (2016). *20-year strategic plan on integrated museums and learning materials*. Retrieved June 12, 2021, from <http://mlc.okmd.or.th/file/22112017110517.pdf> (In Thai)
- Museum Thailand. (2021). *Highest visitor*. Retrieved June 23, 2021, from <https://www.museumthailand.com/th/top-view> (In Thai)
- Orungwilai, T. (2019). *Decision-making process of Local Travel of Bangkokian travelers*. (Master's Thesis). Ramkhamhaeng University, Bangkok (In Thai).
- Post Today. (2019). *Understanding the differences of 4 generations, breaking the gap for happy working*. Retrieved June 25, 2021, from <https://www.posttoday.com/life/healthy/587633> (In Thai)
- Sangadsri, W. (2015). *Tourist Motivations Affecting Decision Making in Cultural Tourism in Bannongkhao Community, Kanchanaburi Province*. (Master's Thesis). Chulalongkorn University, Bangkok (In Thai).
- SCB Economic Intelligence Center. (2014). *Insight Strategies Bind Mind to Gen Y Consumer*. Retrieved September 16, 2022, from https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5U/8372_20141112161337.pdf (In Thai)