

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการ
เสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Personal Factors and Behavior of Tourists in Wearing Retro Thai
Costumes That Contribute to Enhancing the Cultural Tourism Image in
Ayutthaya Province

ณฐพร ทิมทอง *

Nathapron Timtong *

ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร **

Tunpawee Ratpongporn **

*สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

* Department of Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Email: nathapron.ti@gmail.com

**คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

** Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไปที่นิยมหรือเคยแต่งกายชุดไทยย้อนยุคท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความคิดเห็นต่อการเลือกแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) ปัจจัยด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล, พฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research aims to study the personal factors and behavior of tourists in wearing retro Thai costumes that contribute to enhancing the cultural tourism image in Ayutthaya province. The sample group consists of 200 individuals who have worn or are interested in wearing retro Thai costumes while engaging in cultural tourism in Ayutthaya Province. The statistical methods used for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis.

The study results indicate that: 1) The overall level of opinions on tourists' behavior in wearing retro Thai costumes is high. 2) The overall level of opinions on the choice of wearing retro Thai costumes that contribute to enhancing the cultural tourism image of Ayutthaya Province is moderate. 3) Differences in gender, age, education level, occupation, and place of residence do not significantly affect tourists' decisions to wear retro Thai costumes to enhance the cultural tourism image of Ayutthaya Province. However, differences in average monthly income significantly influence this decision at a 0.05 significance level. 4) Tourist behavior factors influence their decision to wear retro Thai costumes. Additionally, content creation for generating income on social media significantly contributes to enhancing the cultural tourism image of Ayutthaya Province at a 0.05 significance level.

Keywords: Personal Factors, Behavior of Tourists in Wearing Retro Thai Costumes, Cultural Tourism

บทนำ

การเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวสูงขึ้นในสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ถือเป็นบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ระดับท้องถิ่นสู่การเป็นรายได้หลักของประเทศไทย โดยปี 2559 เกิดกระแสละครดังเรื่องพิษสวาท ซึ่งสถานที่ถ่ายทำส่วนใหญ่ในเรื่องคือโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเห็นความสวยงามของวัด วัง ในอดีต และอิงประวัติศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาบางส่วน เป็นจุดเริ่มต้นให้คนไทยสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโบราณสถานที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ก็ต้องยุติลง เนื่องจาก วันที่ 13 ตุลาคม 2559 สำนักพระราชวังประกาศ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สมยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร สวรรคต (โพสต์ทูเดย์, 2559)

งานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สมยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) พ.ศ. 2559-2560 สำนักข่าวต่างๆ ได้เผยแพร่ความรู้ ศิลปวัฒนธรรมและโบราณราชประเพณีในการสร้างพระเมรุมาศ ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง และเพื่อให้สมพระเกียรติยศสูงสุด ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวตลอด 1 ปี ถือเป็นช่วงเวลาไว้อาลัย ประชาชนบางส่วนนิยมนำชุดไทยจิตรลดาและชุดผ้าไทยแบบสุภาพตามความเหมาะสมเพื่อเข้ากราบถวายบังคมพระบรมศพ ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ในพระบรมมหาราชวัง หลังจากเสร็จสิ้นงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพในหลวงรัชกาลที่ 9 สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร (พระนามเดิมรัชกาลที่ 10 ก่อนเถลิงถวัลยราชสมบัติ ในพระราชพิธีพระบรมราชาภิเษก) ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้จัดงาน "อุ่นไอรัก คลายความหนาว" ณ ลานพระราชวังดุสิต และสนามเสือป่า เพื่อพระราชทานความสุข ความรื่นเริงให้กับประชาชน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 เป็นการจุดประกายที่ทำให้คนไทยหันกลับมาสนใจประวัติศาสตร์ ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมไทยกันอย่างตื่นตัว นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานสนใจการแต่งกายชุดไทยย้อนยุค เพื่อถ่ายภาพเป็นที่ระลึกให้เข้ากับสถานที่ บรรยากาศ ร้านค้า อาหารและเครื่องดื่ม หรือกิจกรรมภายในงาน นำไปสู่การเผยแพร่ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเข้าสู่สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างชื่นชมการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคในสมัยต่างๆ จนถึงการแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม โดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง (ในรัชกาลที่ 9) ทรงพระราชทานเป็นเครื่องแต่งกายสตรีไทยประจำชาติทั้ง 8 แบบ ได้แก่ ชุดไทยเรือนต้น ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยจักรี ชุดไทยดุสิต ชุดไทยศิวาลัย และชุดไทยจักรพรรดิ ซึ่งมาจากต้นแบบฉลองพระองค์ในโอกาสต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศเป็นที่รู้จักกันและได้รับความสนใจจากผู้นำทั่วโลกอย่างแพร่หลายตลอดการครองสิริราชสมบัติในหลวงรัชกาลที่ 9 (มติชนสุดสัปดาห์, 2560)

จากกระแสการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวกำลังเป็นที่นิยมในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ละครเรื่อง "บุพเพสันนิวาส" ออกอากาศช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จนถึงเดือนเมษายน 2561 ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อิงประวัติศาสตร์ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์ แห่งกรุงศรีอยุธยา มีส่วนช่วยส่งเสริมความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวแต่งกายชุดไทยย้อนยุคตามกระแสละครดัง เพื่อถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเป็นที่ระลึก หรือการสร้างคอนเทนต์รูปแบบต่างๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน นำไปเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นการสร้างรายได้และไม่สร้างรายได้ โดยเฉพาะโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561) แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประวัติศาสตร์ ได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก ลำดับบัญชีที่ 576 ในชื่อ "นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา" เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 (ไทยแลนด์เรคคอร์ด, 2566) ซึ่งเห็นได้ชัดว่านักท่องเที่ยวสนใจการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนมาก ต่อมาธันวาคม พ.ศ. 2562 ในสถานการณ์ที่ประเทศไทยและประเทศทั่วโลกได้ประสบปัญหาการแพร่ระบาดของโรคสายพันธุ์ใหม่อย่างไวรัสโคโรนา หรือโควิด 19 (Covid-19) และใน พ.ศ. 2563 ประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิมท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระต้องยุติลงอย่างกะทันหัน โดย

รัฐบาลประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์ (Lock Down) ปรับตัวอาศัยอยู่ที่พักอาศัยเป็นหลัก เว้นระยะห่างเพื่อความปลอดภัย จำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส จากสถานการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลกระทบการท่องเที่ยวในประเทศไทยซบเซาและยุติลงชั่วคราว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ปัจจุบันพบว่าประเทศไทยและนานาชาติประเทศเริ่มปรับตัวอยู่ร่วมกับโรคโควิด 19 ได้แล้ว และกลับมาท่องเที่ยวด้วยวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) นักท่องเที่ยวยังคงกลับมาแต่งกายชุดไทยย้อนยุคท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กันอย่างแพร่หลายอีกครั้ง ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมาเติบโตขึ้น เนื่องจากการเกิดการท่องเที่ยวแบบวิถีหาอดีต และการมีสื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวและอินฟลูเอนเซอร์ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ ต้องการสร้างคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่ลงสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสร้างรายได้และไม่สร้างรายได้ในระหว่างการท่องเที่ยวตามกระแสละครแนวย้อนยุค หรืออิงประวัติศาสตร์ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ที่ได้รับกระแสนิยมกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวยังคงแต่งกายชุดไทยย้อนยุคท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยากันอย่างต่อเนื่อง (ตรีวัฒน์ มีสมศักดิ์, 2563) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อาทิ การแต่งกายตามกระแสละครดัง การเผยแพร่ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์ การอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย การส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้จัดงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนา ปรับปรุง ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีรูปแบบและบริการต่างๆรองรับเข้ากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ควรค่าแก่การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแต่งกายย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 อ้างถึงใน ดลพร สังข์สุวรรณ, 2565, น. 10) ได้ให้ความหมายปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ว่าเป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายและตัวแปรจึงนิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) เพศ เป็นตัวแปรที่สำคัญสามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันในด้านความคิด ความสนใจ ค่านิยม ทัศนคติ รูปแบบการดำรงชีวิต และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 2) อายุ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน อายุยังเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม พร้อมทั้งยังเป็นสิ่งกำหนดเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจอีกด้วยเนื่องจากคนเราโดยทั่วไปเมื่อมีอายุที่เพิ่มขึ้นประสบการณ์สูงขึ้น ความรอบคอบเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กระบวนการวิธีการคิดและสิ่งที่สนใจมีการเปลี่ยนแปลงและมี

ความแตกต่างกันออกไป 3) สถานภาพครอบครัว ซึ่งสถานภาพการสมรสมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของส่วนบุคคล เนื่องจากคนโสดจะมีอิสระทางความคิดและการตัดสินใจมากกว่าคนที่สมรสหรือมีครอบครัวแล้ว 4) ระดับการศึกษา เด็กแต่ละคนได้รับระดับการศึกษาที่ต่างกันรูปแบบต่างกัน ณ เวลาที่ต่างกันจะส่งผลให้มีแนวความคิดและความต้องการที่ต่างกันไป ดังนั้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด โดยในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 อ้างถึงใน ดลพร สังข์สุวรรณ, 2565, น. 10-11) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เลิศศักดิ์ ปนกกลีน, 2566, น. 20) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้ 1) ความมุ่งหมาย เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม 2) ความพร้อม หมายถึง ระดับบุคลิกภาพหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ 3) สถานการณ์ เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ 4) การแปลความหมาย ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไปจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด 5) การตอบสนอง เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย 6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมายก็ได้ 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้จะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทางท่องเที่ยว และภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกในชีวิตและส่งผลการแสดงออกนั้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

อิสริย์ สุขพรสินธรรม และโสเมฤทัย สุนธยาธร (2562 อ้างถึงใน เลิศศักดิ์ ปนกกลีน, 2566, น. 37) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวอาจเกิดมาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยภายนอก หรือปัจจัย ทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา เพื่อมากระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ฉัตยาพร เสมอใจ (2560 อ้างถึงใน ภัชฎาพร พรหมเมศร์, 2567, น. 47-49) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของกระบวนการตัดสินใจไว้ 5 ประการ ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเลือกใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่นิยมหรือเคยแต่งกายชุดไทยย้อนยุคท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่นิยมหรือเคยแต่งกายชุดไทยย้อนยุคท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 200 คน เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยลักษณะคำถามที่ใช้เป็นคำถามปลายปิด (Closed Questions) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended Questions) โดยจะใช้การวัดข้อมูลประเภทมาตรวัดอันตรภาคหรือช่วง (Interval) และมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้เป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นน้อยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเลือกแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวโดยจะใช้การวัดข้อมูลประเภทมาตรวัดอันตรภาคหรือช่วง (Interval) และมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้เป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นน้อยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Question) เป็นแบบสอบถามที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

3. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยทำการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และครบถ้วนทั้งหมด 200 ชุด และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

3.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่า ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis)

3.2.1 วิเคราะห์ค่า t test (independent t test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของตัวแปรระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และการตัดสินใจต่อการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมีภูมิลำเนาอยู่ภายนอกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือ ด้านการแต่งกายตามกระแสละครดัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และน้อยที่สุดคือ ด้านการเผยแพร่ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกาแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวโดยรวม

พฤติกรรมกาแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการแต่งกายตามกระแสละครดง	3.71	0.88	มาก
2. ด้านการเผยแพร่ภาพในสื่อสังคมออนไลน์	3.39	1.21	ปานกลาง
3. ด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์	3.52	0.89	มาก
4. ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	3.69	0.81	มาก
5. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทย	4.17	0.68	มาก
โดยรวม	3.69	0.75	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อการเลือกแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยเมื่อต้องแต่งกายชุดไทยย้อนยุคมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 รองลงมาคือ พบปัญหาด้านราคาเมื่อแต่งกายชุดไทยย้อนยุค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และน้อยที่สุดคือ พบปัญหาการเลือกชุดไทยย้อนยุคที่เหมาะสมกับตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการเลือกแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเลือกแต่งกายชุดไทยย้อนยุค ของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านพบปัญหาด้านราคาเมื่อแต่งกายชุดไทยย้อนยุคระดับใด	3.38	1.21	ปานกลาง
2. ท่านพบปัญหาการสวมใส่ที่ไม่สะดวกสบายเมื่อแต่งกายชุดไทยย้อนยุคระดับใด	3.10	1.33	ปานกลาง
3. ท่านพบปัญหาการดูแลรักษาชุดที่ยากในแต่งกายชุดไทยย้อนยุคระดับใด	3.18	1.37	ปานกลาง
4. ท่านพบปัญหาการเลือกชุดไทยย้อนยุคที่เหมาะสมกับตนเองระดับใด	2.90	1.35	ปานกลาง
5. ท่านพบสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยเมื่อต้องแต่งกายชุดไทยย้อนยุคระดับใด	3.61	1.24	มาก
โดยรวม	3.23	1.09	ปานกลาง

4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ 9.1 คือ ด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. error	Beta		
ค่าคงที่	1.653	.474		3.487	.001*
1. ด้านการแต่งกายตามกระแสละคร ดัง	-.249	.130	-.202	-1.917	.057
2. ด้านการเผยแพร่ภาพในสื่อสังคม ออนไลน์	.013	.111	.014	.114	.910
3. ด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้าง รายได้ในสื่อสังคมออนไลน์	.246	.117	.202	2.111	.036*
4. ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	.059	.205	.044	.287	.775
5. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจของ ประเทศไทย	.331	.177	.207	1.873	.063
R = 0.302; R ² = 0.091; Adjusted R ² = 0.068; F = 3.891; Sig. = 0.002					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการวิเคราะห์การเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

6.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ควรมีการสนับสนุนให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยให้คนในพื้นที่เป็นแบบอย่างในการแต่งกาย พร้อม

ทั้งจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การประกวดแต่งชุดไทยจากวัสดุธรรมชาติ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และผู้มีอิทธิพลทางสื่อเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจ นอกจากนี้ ควรมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการผลักดันให้การแต่งชุดไทยย้อนยุคเป็นที่นิยมผ่านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการปรับค่าเช่าชุดให้เหมาะสม รวมถึงการออกแบบชุดให้มีความร่วมสมัย สวมใส่สบาย เพื่อให้ทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยได้อย่างยั่งยืน

6.2 การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ควรเน้นการออกแบบให้มีความหลากหลายและร่วมสมัยมากขึ้น โดยเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับสภาพอากาศ ระบายอากาศได้ดี และสวมใส่สบาย เพื่อลดข้อจำกัดด้านสภาพอากาศร้อนของประเทศไทย ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการแต่งชุดไทยในแต่ละสถานที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับใช้ในโอกาสต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมให้ชุดไทยเป็นที่นิยมผ่านช่องทางโฆษณาและสื่อสารออนไลน์ เพื่อกระตุ้นความสนใจและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าทางวัฒนธรรมของการแต่งกายชุดไทยย้อนยุคในการท่องเที่ยว

6.3 การแต่งกายชุดไทยย้อนยุคกับความรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า การแต่งกายชุดไทยย้อนยุคทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศแบบย้อนยุคและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในพื้นที่ นักท่องเที่ยวที่แต่งชุดไทยย้อนยุคจะรู้สึกกลมกลืนกับวัฒนธรรมและค่านิยมของชุมชน ทำให้เกิดความผูกพันกับสถานที่และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในรูปแบบที่จับต้องได้ ซึ่งเป็นการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

6.4 การแต่งกายชุดไทยย้อนยุคกับการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การแต่งกายชุดไทยย้อนยุคมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้สัมผัสกับบรรยากาศย้อนยุค และเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านเช่าชุดไทย ช่างภาพ ช่างแต่งหน้า และสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง นอกจากนี้ การใช้วัฒนธรรมร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าไหม การทำเครื่องเงิน และศิลปหัตถกรรมต่าง ๆ ให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าสูงและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและกระจายผลประโยชน์สู่ประชาชนในวงกว้าง

6.5 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการแต่งกายชุดไทยย้อนยุค พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมและรักษาการแต่งกายชุดไทยย้อนยุค โดยชุมชนสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและกลมกลืนกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานวัด งานประเพณี หรือการผลิตและจำหน่ายชุดไทยและเครื่องประดับให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การให้ความร่วมมือในการแต่งกายและอำนวยความสะดวกด้านการเช่าชุดจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยว สร้างรายได้เสริมให้กับคนในพื้นที่ และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยอย่างเป็นรูปธรรม ที่สำคัญคือทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง และร่วมกันอนุรักษ์จารีตประเพณีให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายผลตามผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธมน ภมรานนท์ (2563) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา พวงสนธิ (2563) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจแต่งกายชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยว ด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมถ่ายภาพและวิดีโอเพื่อโพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบกับคอนเทนต์เกี่ยวกับการแต่งชุดไทยย้อนยุคได้รับความนิยมสูง เนื่องจากเป็นเอกลักษณ์ของไทย และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ (2564) ได้ทำการศึกษา สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. ด้านการแต่งกายตามกระแสละครดัง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถจัดกิจกรรมหรือเทศกาลที่ส่งเสริมการแต่งกายย้อนยุค ควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความสำคัญของชุดไทย และมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับฉากสำคัญในละคร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. ด้านการเผยแพร่ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการณรงค์ให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการบรรยายถึงประวัติศาสตร์ของชุดไทย หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง
3. ด้านการสร้างคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ครีเอเตอร์ นักท่องเที่ยว รวมถึงอินฟลูเอนเซอร์นำเสนอความสวยงามของชุดไทยย้อนยุค รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความหมายของเครื่องแต่งกาย และสถานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดทำแคมเปญเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
4. ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมที่สนับสนุนให้ประชาชนแต่งชุดไทย นอกจากนี้ พบว่า ปัจจุบันมีการนำผ้าที่ผสมใยสังเคราะห์มาสวมใส่อย่างแพร่หลาย จึงพบปัญหาไม่สบายตัว ผู้ระบายนความ

ร้อนได้ไม่ดี จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเข้าใจว่าแต่งกายชุดไทยย้อนยุคเป็นเรื่องยากลำบาก ดังนั้นจึงควรมีการออกแบบชุดไทยย้อนยุคให้เข้ากับสภาพอากาศประเทศไทย ควรใช้ผ้าที่มาจากใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าคอตตอน ผ้าสาธู เป็นต้น เนื่องจากเนื้อผ้าเหล่านี้จะให้ความนุ่ม มีความเย็น สวมใส่สบาย ระบายความร้อนได้ดี และคงเอกลักษณ์ของชุดไทยย้อนยุค

5. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์การแต่งชุดไทย การให้ส่วนลดค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการแต่งกายชุดไทยย้อนยุค เช่น ตลาดย้อนยุค เมืองโบราณ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มีต่อพฤติกรรมแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมแต่งชุดไทยย้อนยุคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มเติม

รายการอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). ตามรอยออเจ้า เทียวอยุธยา-วัดไชยฯเพิ่ม7เท่า รายได้ทะลุพันล้านต่อเดือน. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2568, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/797840>
- ณัฐนิชา พิพิชญนิการ. (2563). พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม กรณีศึกษา “บุพเพสันนิวาส”. ค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดลพร สังข์สุวรรณ. (2565). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการลิสซิงเพื่อซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ไทยแลนด์เรคคอร์ด. (2566). มรดกโลกในประเทศไทย 6 แห่ง สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ชาวต่างชาติยังต้องไปสักครั้ง. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2568, จาก <https://www.thailandrecords.com/records/มรดกโลกประเทศไทย/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทย กับก้าวต่อไปหลังเปิดประเทศ. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2568, จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-65-3/the-knowledge-65-3-3.html>
- ประสิทธิ์ รักนุ้ย, ไพรัตน์ ฉิมหาด, ดิเรก นุ่นกล้า และพระสมุห์ธนภัทร ธนภทโท. (2567). การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนด้วยตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. วารสารมหาจุฬานาครธรรม, 11(11), 96-106.
- พรนภา ธนโพธิวิรัตน์, ณฐมน สังวาล, ปาริฉัตร คำเพ็ง, วีรชญาณ์ สิริมงคลวิวัฒน์, จิณณพัต เขยชม, เสฎฐวุฒิ แต่งประณีต และวราณนิชา นามแสง. (2567). แนวโน้มของซอฟต์แวร์ด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 5(2), 37-48.
- พัทมน ภมรานนท์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชารัตน์ สุขะนิรินทร์. (2563). การรับรู้ข้อมูล ทักษะคิด และพฤติกรรม ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- โพสต์ทูเดย์. (2559). ตามรอยพิษสวาท เรียนรู้ศิลปะกรุงเก่า ณ วัดใหญ่ฯ เมืองเพชร. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2568, จาก <https://www.posttoday.com/lifestyle/449743>
- ภัฏฐาพร พรหมเมศร์. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- มติชนสุดสัปดาห์. (2560). คนไทย “หลายล้าน” ใจจดจ่อ ชม “นิทรรศการ-พระเมรุมาศ” รอร่วมรัฐบาลถวาย “มหาราช” ในหลวง ร.9. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2568, จาก https://www.matichonweekly.com/column/article_63063
- มนัสชา จิตต์วิบูลย์ และโสเมศย์ สุนธยาร. (2567). การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของบุคคลวัยทำงาน. *Thai Journal of Health, Physical Education and Recreation*, 50(3), 289-305.
- รัชมงคล ทองหล่อ, พิทักษ์ ศิริวงศ์ และระชานนท์ ทวีผล. (2567). การสร้างความหมายทางสังคม แหล่งที่มาของความหมายและการตระหนักถึงจุดมุ่งหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวไทย: การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากแบบประกอบสร้างทางสังคม. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 11(2), 195-212.
- เลิศศักดิ์ ปนกลั่น. (2566). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรารณ บัวดี. (2567). ปัจจัยด้านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล กรณีศึกษา : จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ. (2564). สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 5(1), 37-56.
- สุกัญญา พวกสนิท. (2563). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.