



ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกย้ายที่ดี
ในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดย

นางสาวเต็มสิริ ขำทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโหยหาอดีต
ในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดย

นางสาวเต็มสิริ ขำทอง



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



CONSUMER INSIGHT OF THAI TOURISTS'
NOSTALGIC RAIL JOURNEYS

BY

MISS TEMSIRI KHUMTHONG



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวเต็มสิริ ขำทอง

เรื่อง

ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกย้ายพฤติกรรมการเดินทางโดยรถไฟ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ ๗ ๘ ส.ค. ๒๕๕๙

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



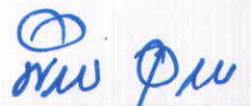
(อาจารย์ ดร. มณฑล สรไกรกิติกุล)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. พัฒน์ธนะ บุญชู)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุด)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยย หาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเต็มสิริ ขำทอง
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่างสนใจเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟมากยิ่งขึ้น นอกจากเหตุผลทางด้านราคาแล้ว ยังได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ธรรมชาติ ความเรียบง่าย และความเป็นอยู่แบบไทย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากและรวดเร็วจนมีความรู้สึกขาดความเรียบง่ายในการดำเนินชีวิต ผู้คนต่างโยยหาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ดังนั้น การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ จึงสามารถชดเชยสิ่งที่โยยหาหรือวิลาหาในรูปแบบต่างๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งเอื้อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสความเรียบง่ายในการเดินทาง วิถีชีวิตของคนไทย ธรรมชาติ และสถานที่เก่าแก่ต่าง ๆ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 19 ปีขึ้นไป ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟและมีความรู้สึกโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด การปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ส่งผลให้สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านบวกต่อการเดินทางโดยรถไฟ เพราะตัวโดยสารรถไฟมีราคาไม่แพง ทุกคนมีกำลังพอที่จะชำระได้ และสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ด้วยความปลอดภัยและประหยัดงบประมาณในการใช้จ่าย นอกจากนี้ การได้ชมวิวทิวทัศน์และวิถีชีวิตของผู้คน รวมทั้งการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมุมมองชีวิตกับผู้ร่วมเดินทาง เป็นอีกทัศนคติในแง่ดีของกลุ่มตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม สภาพรถไฟที่ค่อนข้างเก่า ความไม่สะดวกสบายในการเดินทาง ความไม่สะอาดของห้องน้ำบนขบวนรถไฟ และการไม่ตรงต่อเวลาของขบวนรถ เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านลบต่อการเดินทางโดยรถไฟ

สำหรับคุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟให้คุณค่าแก่พวกเขาในเชิงการผ่อนคลายอารมณ์ เนื่องจากได้ชื่นชมความงามของธรรมชาติ ได้ใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ ได้ใช้เวลากับตนเองในการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ได้เห็นสิ่งที่ไม่เคยเห็น และได้เห็นวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมทางรถไฟ อีกทั้งยังให้ความปลอดภัยและความประหยัดในการเดินทาง

สิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ได้แก่ ประสบการณ์ตรงของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวและเพื่อน ๆ รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างถ่ายเก็บไว้เป็นที่ระลึกในความทรงจำ ช่วงเวลาพิเศษต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างจดจำได้ไม่มีวันลืมจากการได้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ ธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้คนริมทางรถไฟ รวมทั้งการได้หลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายและใช้ชีวิตที่เร่งรีบกันในสังคมปัจจุบัน

ท้ายนี้ สำหรับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ คือ การชมวิวยุคทิวทัศน์ ท้องฟ้ายามพระอาทิตย์ขึ้น-พระอาทิตย์ตก ธรรมชาติริมทางรถไฟ เสียงหวูดรถไฟ เสียงรถไฟแล่น การค้าขายบริเวณสถานีรถไฟ บรรยากาศในอดีต ความปรารถนาที่จะกลับไปเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวและเพื่อน ๆ และต้องการที่จะเดินทางกลับไปยังสถานที่ที่ได้ไปท่องเที่ยวมา รวมทั้งมิตรภาพดี ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง

คำสำคัญ: การโหยหาอดีต, การเดินทางท่องเที่ยว, รถไฟ

Independent Study Title	CONSUMER INSIGHT OF THAI TOURISTS' NOSTALGIC RAIL JOURNEYS
Author	Miss Temsiri Khumthong
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Pattana Boonchoo, Ph.D.
Academic Years	2559

ABSTRACT

At present, both Thai and foreign tourists are more interested in traveling by train because of its price and the seeing of traditional lifestyle, nature, simplicity and Thai style living. In recent years, digital technology has become part of everyday life. Consequently, the living change fast and so there is a sense of lacking of simplicity in lifestyle. People are longing for a way of life and culture therefore trips to various locations can recover the nostalgia in various forms, especially rail journeys which allow tourists to experience the simplicity of traveling, traditional way of life, nature and old places.

The studies of concept, theory and related research including data collection, with in-depth interviews and projective techniques, from Thai tourists aged 19 years and over who had been traveling by train and have nostalgic rail journeys enhance the researcher to understand consumer insight of Thai tourists' nostalgic rail journeys as follows: attitudes towards rail journeys, value of traveling by train, triggers affecting nostalgic rail journeys and things that they yearn for traveling by train. The findings enable government agencies to guide the marketing plan, to improve services and to develop Thai tourism in order to meet and satisfy the consumers at the highest.

We found that the samples have a positive attitude towards the train travel. The train fare is affordable. Everyone can pay for ticket and they can safely travel to various locations. In addition, the view and lifestyle of the people, as well as

the exchanging of ideas with companions are advantages of train travel. However, train bodies, the inconvenience of travel, the dirt of the toilets on the train and non-punctuality of trains cause the sample have a negative attitude towards the rail journeys.

For the value of traveling by train, the samples think that traveling by train provide value to them in a relaxed mood. As they can appreciate the beauty of nature, take a leisurely life; spend time with themselves in considering things, see things that have not been seen before and see the lifestyle of the people living along the railway. It also provides a safe and economical way to travel.

Triggers that affect the samples to have nostalgic rail journeys were their direct experience of train travel with their family and friends, pictures, uniqueness, nature and lifestyle of the people on the train and along the railway, also, the escape from the bustle and hustle of life in today's society.

Finally, things that the samples yearn for traveling by train were the picturesque views along the railway, sunrise, sunset, nature, train whistle, train riding noise, the commerce around train stations, the atmosphere in the past, the desire to return to travel by train with their family and friends to go back to where they travelled and the friendship that occurred during the trip.

Keywords: Nostalgia, Rail journeys, Train

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ความรู้ คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และแนวทางอันเป็นประโยชน์เพื่อให้อการค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จด้วยดี และขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.มณฑล สรไกรกิติกุล ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานค้นคว้าอิสระนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาเปิดโอกาสและสละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีตลอดมาและขอบคุณเพื่อนนักศึกษาโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) รวมทั้งเพื่อนร่วมงานที่คอยให้กำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้อ่านงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ที่ได้ให้ความสนใจ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านทุกท่าน

นางสาวเต็มสิริ ขำทอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย	4
2.1.1 ประวัติการรถไฟแห่งประเทศไทย	4
2.1.2 เส้นทางรถไฟ	5
2.1.3 ท่อเกี่ยวทางรถไฟ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight)	8
2.2.2 แนวคิดและโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.2.2.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.2.2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	9

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	11
2.2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	11
2.2.3.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว	11
2.2.3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการโยยหาอดีต	12
2.2.4.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีต	13
2.2.4.2 ขั้นตอนของการพัฒนาการโยยหาอดีต	16
2.2.4.3 ประเภทของการโยยหาอดีต	16
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	18
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
3.2 วิธีการเก็บข้อมูล	18
3.2.1 การวิจัยทุติยภูมิ (Secondary Research)	18
3.2.2 การวิจัยปฐมภูมิ (Primary Research)	19
3.2.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	19
3.2.2.2 เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques)	19
3.3 ประชากรเป้าหมาย	19
3.4 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	20
3.5 คำถามวิจัย	20
3.6 แนวทางในการศึกษาวิจัย	21
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	22
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง	22
4.2 ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2.1 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	23
4.2.1.1 ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ	23
4.2.1.2 คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ	25
4.2.1.3 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ	26

4.2.1.4	สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ	30
4.2.2	ผลการวิจัยจากการใช้เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques)	31
4.2.2.1	ทัศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ	33
4.2.2.2	คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ	34
4.2.2.3	สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ	34
4.2.2.4	สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ	36
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ		38
5.1	สรุปประเด็นสำคัญของผลการวิจัย	38
5.1.1	สรุปผลการวิจัย	38
5.1.1.1	ทัศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ	38
5.1.1.2	คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ	39
5.1.1.3	สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ	39
5.1.1.4	สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ	42
5.1.2	สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการโหยหาดีดี	42
5.1.2.1	ปัจจัยที่ทำให้เกิดการโหยหาดีดี	43
5.1.2.2	เงื่อนไขของการเกิดความถวิลหาดีดี	43
5.1.2.3	มิติของการรับรู้การสูญเสียที่ก่อให้เกิดความรู้สึกโหยหาดีดี	44
5.1.2.4	ช่วงเวลาที่มีความหมายที่สามารถกระตุ้นการโหยหาดีดี	44
5.1.2.5	ขั้นตอนของการพัฒนาการถวิลหาดีดี	45
5.1.2.6	ประเภทของการโหยหาดีดี	45
5.2	ข้อจำกัดของงานวิจัย	46
5.3	ข้อเสนอแนะ	46
5.3.1	การสื่อสารการตลาด	46
5.3.1.1	การสร้างประสบการณ์ในการเดินทางโดยรถไฟ	46
5.3.1.2	เครื่องมือในการสื่อสาร	47
5.3.2	การปรับปรุงขบวนรถไฟ	47
5.3.3	การจูงใจขบวนรถไฟนำเที่ยวและการชำระเงิน	48

รายการอ้างอิง	49
ภาคผนวก	53
ประวัติผู้เขียน	54



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	10
3.1 แนวทางการศึกษาสาเหตุการโยกย้ายที่ดีในการเดินทางโดยรถไฟ	21
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างภาพ	23
4.2 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 7	32
4.3 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 8	32
4.4 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 9	33
5.1 สิ่งกระตุ้นการโยกย้ายที่ดีในการเดินทางโดยรถไฟของกลุ่มตัวอย่าง	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของภาคบริการให้แก่ประเทศแล้ว ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 รายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงถึง 2.23 ล้านล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ, 2559) ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น โดยการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องอาศัยการคมนาคมขนส่งเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ต้องการ อาทิ แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก หรือร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งสามารถเลือกเดินทางได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความสะดวกและความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถโดยสาร เครื่องบิน เรือ และ/หรือ รถไฟ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่างสนใจเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟมากยิ่งขึ้น นอกจากเหตุผลทางด้านราคาแล้ว ยังได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม และธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยคนไทยและชาวต่างชาติที่ใช้บริการรถไฟในปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,515,008 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ซึ่งการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ให้บริการเดินรถไฟไปยังสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ตลาดร่มหุบ ชายทะเล หัวหิน เป็นต้น อีกทั้งยังให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟ ทุกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งมีทั้งการเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ ประกอบด้วย 8 รายการ ได้แก่ 1) นั่งรถจักรไอน้ำย้อนวันวาน 2) นั่งรถไฟเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ 3) นั่งรถไฟไปล่องแพที่เมืองกาญจนบุรี 4) นั่งรถไฟเที่ยวเดอะสวนไทรโยค แอดเวนเจอร์ ปาร์ค 5) นั่งรถไฟเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ 6) นั่งรถไฟเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ 7) นั่งรถไฟเขื่อนน้ำตกไทรโยคน้อย และ 8) นั่งรถไฟเที่ยวชายทะเลหัวหิน และสวนสนประดิพัทธ์ และการเดินทางแบบค้างคืน ประกอบด้วย 4 รายการ ได้แก่ 1) นั่งรถไฟเที่ยวเดอะสวนไทรโยค แอดเวนเจอร์ ปาร์ค 2) เที่ยวชายแดนไทย-พม่า สังขละบุรี ด่านเจดีย์ 3 องค์ 3) บ้านริมแคว แพริมน้ำ รีสอร์ท และ 4) บังกะโลขุนตาน (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งการเดินทางโดยรถไฟเอื้อให้เราได้สัมผัสความเรียบง่าย ความเป็นอยู่แบบไทย และช่วยชดเชยความรู้สึกโหยหาอดีตที่เกิดขึ้นในจิตใจ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันจนไม่สามารถผลออกไปได้ โดยเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2558 คณะรัฐมนตรีได้มีมติมอบหมายให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งปัจจุบัน คือ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งเกิดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและหลากหลายมาเปลี่ยนเป็นวิธีการดำเนินธุรกิจ การดำเนินชีวิตของประชาชน และการดำเนินงานของภาครัฐ (ดิจิทัล ไทยแลนด์, 2559) โดยในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอัจฉริยะเข้ามาใช้งานมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากและรวดเร็วจนบุคคลบางกลุ่มต้องการย้อนเวลากลับไปในอดีต เพราะยังมีความรู้สึกผูกพันกับชีวิตในอดีต และความทันสมัยอาจก่อให้เกิดความรู้สึกของการขาดความเรียบง่ายในการดำเนินชีวิต ด้วยเหตุที่ว่าไม่มีใครสามารถย้อนอดีตได้ ดังนั้น การโยกหาหรือฉลวยหาในรูปแบบต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถกระทำได้และมักกระทำอยู่เสมอจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของปัจเจกบุคคลและวิถีวัฒนธรรมของสังคมโดยทั่วไป (พัฒนา กิติอาษา, 2546)

ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถเข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่โยกหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาค้นคว้าเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างนี้ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยให้เข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่โยกหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟมากยิ่งขึ้น และจะเป็นประโยชน์ต่อการรถไฟแห่งประเทศไทยและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการนำมาวางแผนการตลาดที่จะสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ รวมถึงนำมาปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และเทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) ซึ่งมีกลุ่มประชากร

เป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการรถไฟและมีความรู้สึกโหยหาดีในการเดินทางโดยรถไฟที่มีอายุ 19 ปีขึ้นไป

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลงานวิจัยนี้คาดว่าจะได้ประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโหยหาดีในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. การรถไฟแห่งประเทศไทยและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถทราบและเข้าใจผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มากขึ้น และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด การปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ส่งผลให้สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นใจผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุด

1.5 นิยามศัพท์

1. ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) หมายถึง การเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งและแท้จริงว่าเขามีความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ พฤติกรรม หรือความต้องการในสิ่งต่าง ๆ อย่างไร รวมถึงเหตุใดสิ่งหนึ่งสิ่งใดจึงมีความสำคัญกับเขา
2. การโหยหาดี หมายถึง อารมณ์หรือความรู้สึกทั้งหวานและขม อันเกิดจากความผูกพันกับสถานที่ สภาพแวดล้อม สิ่งของ ผู้คน ผลิตภัณฑ์ หรือ การบริการในอดีต
3. การเดินทางโดยรถไฟ หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่ของตนไปยังถิ่นอื่นด้วยรถไฟไทย และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้
4. นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่ของตนไปยังถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความเต็มใจ และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยกหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight)

2.2.2 แนวคิดและโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการโยกหาอดีต (Nostalgia)

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย

2.1.1 ประวัติการรถไฟแห่งประเทศไทย

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ ๕) ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการคมนาคมโดยเส้นทางรถไฟ เนื่องจากพระองค์ทรงประสงค์ให้เกิดความสะดวกในการปกครอง การตรวจตรา การป้องกันการรุกราน และการเป็นเส้นทางขนส่งผู้โดยสารและสินค้าไปมาถึงกันได้ดียิ่งขึ้น จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สำรวจแนวทางต่าง ๆ เพื่อสร้างทางรถไฟ โดยในเดือนตุลาคม 2433 รัชกาลที่ ๕ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้งกรมรถไฟขึ้น ซึ่งเส้นทางรถไฟสายแรกที่สร้างเชื่อมกับเมืองหลวง คือ สายกรุงเทพฯ - นครราชสีมา เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2439 รัชกาลที่ ๕ เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพระราชพิธีเปิดการเดินทางรถไฟสายดังกล่าวที่สร้างเสร็จบางส่วน ซึ่งก็คือ ระหว่างสถานีกรุงเทพ - อยุธยา ดังนั้น “วันที่ 26 มีนาคม” จึงเป็นวันสถาปนากิจการรถไฟ ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้รวมกิจการรถไฟทั้งกรมรถไฟสายเหนือและกรมรถไฟสายใต้เข้าเป็นกรมเดียวกัน เรียกว่า "กรมรถไฟหลวง" และมีการนำรถจักรดีเซลการกลคันแรกออกใช้เมื่อปี 2471

ต่อมากรมรถไฟหลวงเปลี่ยนฐานะมาเป็นรัฐวิสาหกิจ จึงเปลี่ยนชื่อเป็น “การรถไฟแห่งประเทศไทย” ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2494 เป็นต้นมา

2.1.2 เส้นทางรถไฟ

ปัจจุบันการรถไฟแห่งประเทศไทยมีระยะทางที่เปิดการเดินรถเพื่อให้บริการแล้ว รวมความยาวทั้งสิ้น 4,507.884 กิโลเมตร (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2559) โดยเส้นทางเดินรถ ประกอบด้วย สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายตะวันออก สายตะวันตก และสายใต้

1. สายเหนือ ถึงสถานีเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ มีความยาว 752.077 กิโลเมตร และมีทางแยกที่สถานีชุมทางบ้านดารา จ.พิษณุโลก ไปสถานีสวรรคโลก จ.สุโขทัย โดยมีความยาว 29.007 กิโลเมตร จากสถานีกรุงเทพ จ.กรุงเทพฯ ไปสถานีลพบุรี จ.ลพบุรี ความยาว 133.046 กิโลเมตร และสถานีรังสิต จ.ปทุมธานี ไปสถานีชุมทางบ้านภาชี จ.พระนครศรีอยุธยา โดยมีความยาว 60.899 กิโลเมตร

2. สายตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงสถานีอุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี มีความยาว 575.600 กิโลเมตร และมีทางแยกที่สถานีชุมทางถนนจิระไปสถานีหนองคาย จ.หนองคาย (เพิ่มสะพานมิตรภาพไทย-ลาว ความยาว 2.657 กิโลเมตร) โดยมีความยาว 359.974 กิโลเมตร และชุมทางแก่งคอย-ชุมทางบัวใหญ่ มีความยาว 252.412 กิโลเมตร รวมถึงสถานีชุมทางบ้านภาชี จ.พระนครศรีอยุธยา ไปสถานีมาบกะเบา ความยาว 43.948 กิโลเมตร

3. สายตะวันออก ถึงสถานีอรัญประเทศ จ.สระแก้ว มีความยาว 260.449 กิโลเมตร และมีทางแยกที่สถานีคลองสิบเก้าไปสถานีชุมทางแก่งคอย มีความยาว 81.358 กิโลเมตร ทางแยกสถานีชุมทางเขาชีจรรย์ไปสถานีมาบตาพุด โดยมีความยาว 24.070 กิโลเมตร จากสถานีฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา ไปสถานีสัตหีบ ความยาว 69.793 กิโลเมตร จากสถานีชุมทางศรีราชาไปสถานีแหลมฉบัง โดยมีความยาว 13.457 กิโลเมตร รวมถึงจากสถานีหัวหมาก จ.กรุงเทพฯ ไปสถานีชุมทางฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา มีความยาว 45.820 กิโลเมตร

4. สายตะวันตก ถึงสถานีชุมทางหนองปลาดุก - สถานีน้ำตก จ.กาญจนบุรี มีความยาว 130.989 กิโลเมตร

5. สายใต้ จากสถานีธนบุรี จ.กรุงเทพฯ ถึงสถานีสุไหงโกกลก จ.นราธิวาส มีความยาว 1,144.140 กิโลเมตร และมีทางแยกที่สถานีหาดใหญ่ จ.สงขลา ไปสถานีปาดังเบซาร์ มีความยาว 43.502 กิโลเมตร ทางแยกที่สถานีชุมทางหนองปลาดุก จ.กาญจนบุรี ไปสถานีสุพรรณบุรี จ.สุพรรณบุรี ซึ่งมีความยาว 78.090 กิโลเมตร ทางแยกที่สถานีชุมทางทุ่งโพธิ์ จ.สุราษฎร์ธานี ไปสถานีคีรีรัฐนิคม มีความยาว 31.250 กิโลเมตร ทางแยกชุมทางทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช ไปสถานีกันตัง ความยาว 92.802 กิโลเมตร และทางแยกสถานีชุมทางเขาชุมทองไปสถานีนครศรีธรรมราช ความยาว 35.081

กิโลเมตร รวมถึงสถานีชุมทางตลิ่งชัน จ.กรุงเทพฯ ไปสถานีนครปฐม จ.นครปฐม ความยาว 43.603 กิโลเมตร

ทั้งนี้ยังมีเส้นทางรถไฟสายชานเมือง คือ ทางสายแม่กลองช่วงวงเวียนใหญ่-มหาชัย โดยมีความยาว 31.242 กิโลเมตร และช่วงบ้านแหลม-แม่กลอง มีความยาว 34.041 กิโลเมตร

โดยการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟด่วนพิเศษดีเซลรางสายเหนือ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของปฐมพงศ์ แก้วบุญเรือง (2552) พบว่า ผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางกลับบ้านหรือเยี่ยมญาติ ท่องเที่ยว และติดต่อธุรกิจ ตามลำดับ โดยมีตนเองและเพื่อนเป็นผู้ที่กระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บริการเวลาเย็น โดยมีสถานีต้นทางคือ สถานีหัวลำโพง และสถานีบางซื่อ และสถานีปลายทางที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สถานีเชียงใหม่ โดยนิยมซื้อตั๋วโดยสารแบบไป-กลับ มากกว่าเที่ยวเดียว

2.1.3 ท่องเที่ยวทางรถไฟ

ปัจจุบันการรถไฟแห่งประเทศไทยนอกจากจะให้บริการในการโดยสารและการขนส่งสินค้า ยังให้บริการเดินรถไฟเพื่อการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ตลาดร่มหุบ ชายทะเล หัวหิน เป็นต้น ซึ่งให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟ ทุกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งมีทั้งการเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ และการเดินทางแบบค้างคืน

☀ เข้าไป-เย็นกลับ ประกอบด้วย 8 เส้นทาง ได้แก่

1. นั่งรถจักรไอน้ำย้อนวันวาน จัดปีละ 4 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 26 มีนาคม (วันคล้ายวันสถาปนากิจการรถไฟ) วันที่ 12 สิงหาคม (วันแม่) วันที่ 23 ตุลาคม (วันปิยมหาราช) และวันที่ 5 ธันวาคม (วันพ่อ)
2. นั่งรถไฟเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนและธันวาคมของทุกปี
3. นั่งรถไฟไปล่องแพที่เมืองกาญจนบุรี ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ที่ 1 ของเดือน
4. นั่งรถไฟเที่ยวเดอะสวนไทรโยค แอดเวนเจอร์ ปาร์ค ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์
5. นั่งรถไฟเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ เชื่อมศรีนครินทร์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ที่ 2 ของเดือน
6. นั่งรถไฟเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์
7. นั่งรถไฟเที่ยวน้ำตกไทรโยคน้อย ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

8. นั่งรถไฟเที่ยวชายทะเลหัวหิน และสวนสนประดิพัทธ์ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

๓) พักค้างคืน ประกอบด้วย 4 เส้นทาง ได้แก่

1. นั่งรถไฟเที่ยวเดอะสวนไทรโยค แอดเวนเจอร์ ปาร์ค ออกเดินทางทุกวันเสาร์ โดยพัก 2 วัน 1 คืน

2. เที่ยวชายแดนไทย-พม่า สังขละบุรี ด่านเจดีย์ 3 องค์ ออกเดินทางทุกวันเสาร์ โดยพัก 2 วัน 1 คืน

3. บ้านริมแคว แพริมน้ำ รีสอร์ท ออกเดินทางทุกวันเสาร์ โดยพัก 2 วัน 1 คืน

4. บังกะโลขุนตาน ออกเดินทางทุกวันกับขบวนรถไฟสายเหนือ และเลือกจำนวนวันที่จะพักค้างคืนบนยอดดอยขุนตาล จ.ลำปาง

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อสอบถาม จองและซื้อตั๋วโดยสารได้ที่สถานีกรุงเทพ (สถานีรถไฟหัวลำโพง) และสถานีอื่น ๆ ที่ให้บริการขายตั๋วโดยสาร

โดยการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของจิตติมา วีรภัทรพงศ์ (2546) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวทางรถไฟแบบเข้าไป-เย็นกลับในวันเสาร์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันอาทิตย์ ตามลำดับ โดยร่วมเดินทางกับครอบครัวและญาติมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ความสนุกสนาน และเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่น่าดึงดูดใจ สำหรับความคิดเห็นต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง “Factors Influencing the Passengers to Select Train Travel: A Study in Salem Division of Southern Railway” ของ Vishnuvarthani Selvakumar (2012) พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ ซึ่งเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ เศรษฐกิจ สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานีรถไฟ ระยะเวลาของการเดินทาง ความสะดวกในการจอง ความสะดวกสบาย ความเร็ว ความตรงต่อเวลา สัมปทานและตั๋วพิเศษ ความง่ายในการขนกระเป่าหลายใบ และความปลอดภัย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight)

ฐิติพร สงวนปิยะพันธ์ (2554) ได้อธิบายถึงข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) คือ การทำความเข้าใจและเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งและแท้จริง เข้าใจว่าผู้บริโภคมีความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ พฤติกรรม หรือความต้องการในสิ่งต่าง ๆ อย่างไร โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) ข้อมูล (Information) คือ ข้อเท็จจริง เช่น ความถี่ในการเดินทางสรรพสินค้า เป็นต้น 2) ความเข้าใจ (Understanding) คือ การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาหา เหตุผลว่าเหตุใดผู้บริโภคจึงแสดงออกมาเช่นนั้น และ 3) ความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Insight) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด คือ การรู้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไร แล้วส่งผลให้เราทำออกมาให้ตรงใจ ผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการเจาะลึกลงไปถึงเบื้องลึกของจิตใจผู้บริโภคว่าเขาต้องการสิ่งใดเพื่อตอบสนองความต้องการแบบ “Want” มากกว่า “Need” ซึ่งเป็นเพียงแค่สิ่งที่จำเป็นต้องมี และจะต้องสามารถตอบได้ว่า เหตุใดสิ่งหนึ่งสิ่งใดถึงมีความสำคัญกับผู้บริโภคและส่งผลเฉพาะเจาะจงต่อผู้บริโภครายนั้น เข้าใจถึงวิถีชีวิต เข้าใจว่าเขาคิดอะไรอยู่ ต้องการอะไร ด้วยเหตุผลประการใด แล้วคุณค่าที่เกิดขึ้นกับเขาคืออะไร ซึ่งข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึกส่วนใหญ่จะได้รับการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกต การทำ Focus group และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นต้น

Admin (2011) ได้กล่าวถึงการค้นหาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) มีดังนี้ 1) In-depth ต้องเจาะลึกไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค 2) Original ต้องเจาะลึกเข้าไปเบื้องลึกของจิตใจ 3) Consumer Insight ต้องตอบ Want ไม่ใช่ Need และ 4) พฤติกรรมสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อใดของผู้บริโภค

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) คือ การทำความเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งว่าเขาใช้ชีวิตอย่างไร ชอบอะไร สนใจสิ่งใด อะไรกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการรู้จักและเข้าใจว่าเขามีความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ พฤติกรรม หรือความต้องการในสิ่งต่าง ๆ อย่างไร เหตุใดสิ่งหนึ่งสิ่งใดจึงมีความสำคัญกับเขา โดยนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนและสร้างสรรค์ในสิ่งที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายชอบและสนใจ เพื่อให้กิจกรรมดังกล่าวเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

2.2.2 แนวคิดและโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.2.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

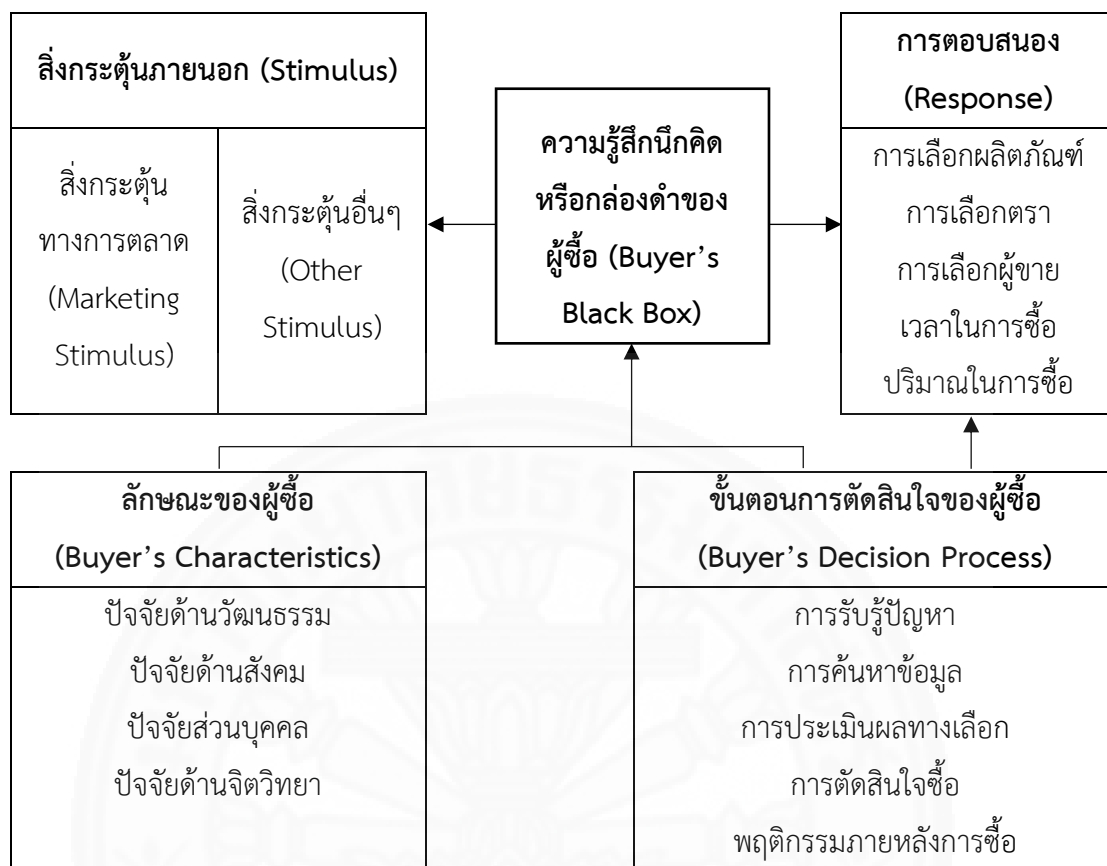
พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำหรือการแสดงออกของปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ ที่พวกเขาเหล่านั้นใช้คัดเลือก ตัดสินใจ รักษา และกำจัดผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์หรือแนวคิดต่าง ๆ ในการตอบสนองความต้องการส่วนตน

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้จ่ายในสินค้าและบริการ (Schiffman, 1994, อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, น.3) รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของบุคคลในการจัดหา การใช้ประโยชน์จาก ผลิตภัณฑ์และการบริการ (ธารง อุตมไพจิตรกุล, 2547, น.85) และการเลือกสรรการบริโภคที่เกี่ยวกับ ประสบการณ์ ความคิด ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน และให้ได้รับความพึงพอใจ (ดารา ทีปะपाल, 2542, น.3) ทั้งนี้ การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการ และกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนนั้นเป็นตัวกำหนดให้เกิดกิริยาต่าง ๆ ขึ้น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539, น.6)

ในงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขออนุญาตความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการค้นคว้า เสาะหา เลือกสรร และประเมินผลในการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจใช้ประสบการณ์ส่วนตัวหรือสิ่งกระตุ้นอื่นใด โดยคาดว่าสิ่งนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเองได้

2.2.2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค S-R Model เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิต ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการไม่สามารถคาดเดาได้ โดยความรู้สึกนึกคิดนี้ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการ (Characteristics) แล้วจะมีการตอบสนองและการตัดสินใจเกิดขึ้น (Response and Decision)



ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค จาก Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed). New Jersey: Prentice-Hall.

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นนับเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า อาจจะเป็นเหตุทางด้านเหตุผลหรือด้านอารมณ์ ส่วนสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ
 - 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - 1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economy) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) สิ่งกระตุ้นด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Politics) สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (Culture) และอื่น ๆ (Others)

2. ความรู้สึกนึกคิดหรือกล่องดำของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิต ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการไม่สามารถคาดคะเนและควบคุมได้ โดยได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ (Characteristics) และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ (Decision Process)

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ถือว่าเป็นปัจจัยภายในของผู้ซื้อที่ส่งผลถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior)

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's responses) ซึ่งผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เวลาในการซื้อ (Purchase Time) และปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount)

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักไปยังสถานที่อื่น โดยทำกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ณ สถานที่ที่ไปเยือน (Holloway, 1983, p.3) อาทิ กิจกรรมนันทนาการระหว่างเวลาว่าง เป็นต้น เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม (ประภาศรี เทิกขุนทด, 2551, น.7) เพื่อไปพักผ่อนหรือวัตถุประสงค์อื่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Davidson, 1995, p.2)

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พัก เป็นการชั่วคราวไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ไม่ว่าจะเดินทางภายในประเทศหรือต่างประเทศ โดยไม่ได้เป็นคนท้องถิ่น และใช้ช่วงระยะเวลาช่วงหนึ่งอยู่ ณ ที่แห่งนั้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่มีใช่เพื่อการศึกษาการทำงาน หรือการประกอบอาชีพ

2.2.3.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบ (วาริษฐ์ มัชยมบุรุษ, 2552, น.30) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) (2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) (3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) (4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) และ (5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism)

2. การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) (2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) และ (3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/Village tourism)

3. การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) (2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) (3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) (4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) (5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) (6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) และ (7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay)

2.2.3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

Tourism Western Australia (2008) ได้ให้ทฤษฎี 5A เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ศิลปะวัฒนธรรม เป็นต้น

2. กิจกรรม (Activities) เช่น เดินป่า ส่องสัตว์ การชมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น

3. การเข้าถึง (Access) หมายถึง สภาพการเข้าถึงจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยเที่ยวบิน รถโดยสารสาธารณะ เรือ หรือ อื่น ๆ และสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เช่น ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ ระบบสาธารณสุข สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ ตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น

5. ที่พัก (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการโหยหาอดีต

การโหยหาอดีต (Nostalgia) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ “Nostos” หมายถึง “กลับบ้าน (To return home)” และ “Algia” หมายถึง “ความเจ็บปวด (A painful condition)” (David, 1979, p.1) ซึ่งนายโจฮันเนส โฮเฟอร์ (Johannes Hofer) แพทย์ชาวสวิสเซอร์แลนด์ได้บัญญัติศัพท์นี้ขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1688 เพื่อใช้อธิบายอาการทางจิต (Psychological symptom)

ซึ่งเป็นอารมณ์ซึมเศร้าที่เกิดขึ้นจากความปรารถนาที่จะกลับไปยังบ้านเกิดเมืองนอนหรืออาการคิดถึงบ้าน (Boyrn, 2001)

การโหยหาอดีต หมายถึง ความปรารถนาในรูปแบบของบุคคล สถานที่ และสิ่งต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านไป (Holbrook, 1993) และการจินตนาการถึงโลกที่เราได้สูญเสียไป ซึ่งบัดนี้เป็นเพียงความทรงจำและทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งหวนรำลึกถึง (Kelly, 1986, อ้างถึงใน พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น.5-6) รวมถึงการหวนระลึกถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตจากการใช้ชีวิตในแบบต่าง ๆ โดยการรื้อฟื้นนั้นเกิดจากความคิด จินตนาการ และแรงบันดาลใจ เพื่อทดแทนความรู้สึกของการโหยหาอดีต (พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น.10) เมื่อนำคำว่า Nostalgia มาใช้ในบริบทของการท่องเที่ยว ความหมายของการโหยหาอดีตจะกว้างขึ้น ซึ่งมีได้หมายถึงเพียงอารมณ์ความรู้สึกซึ่งเกิดจากความผูกพันกับสถานที่ในอดีต แต่ยังรวมถึงความรู้สึกรำลึกถึงหรืออารมณ์ที่เกิดจากการโหยหาประสบการณ์ ผลิตภัณ์ท์ หรือการบริการในอดีต (Baker & Kennedy, 1994)

2.2.4.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีต

1. ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึก การโหยหาอดีตเป็นปรากฏการณ์ที่คนแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกในลักษณะ “หวานขมขื่น (Bittersweet)” (Holak and Havlena, 1992) ซึ่งเกิดจากความรู้สึกที่ปรารถนาหรือต้องการที่จะกลับไปสู่ออดีต หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจหรือพบข้อบกพร่องของสภาพสังคมในปัจจุบัน

2. ปัจจัยด้านสถานที่และเวลา การโหยหาอดีตเป็นความรู้สึกหรือประสบการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจากสถานที่ที่เคยมีอยู่จริงหรือโลกของความคิดหรือจินตนาการ (Lowenthal, 1985) และมีความเห็นว่าอนาคตเป็นสิ่งกำหนดไม่ได้ จึงต้องการนำภาพหรือเรื่องราวในอดีตในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งมารื้อฟื้นสร้างใหม่ (Chase and Shaw, 1989)

3. ปัจจัยด้านสิ่งเร้า การโหยหาอดีตเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัวเรา เช่น บุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ (Holak and Havlena, 1992) รูป รส กลิ่น เสียง (Hirsch, 1992) หรือสถานที่ (Chase and Shaw, 1989) เป็นต้น

Vesey & Dimanche (2003) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวมองหาอดีตผ่านรูปภาพของสิ่งที่เขาคิดว่าอดีตเป็นเช่นนั้นและของสิ่งที่ทำขึ้นมาในเชิงพาณิชย์

Havlena & Holak (1991) กล่าวว่า การโหยหาอดีตส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นกับบุคคลที่มีอายุ โดยการศึกษาคำคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี ของเกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555) พบว่า อายุเป็นตัวแปรที่กำหนดที่มาของภาพความทรงจำในอดีต ถ้าอายุน้อย ภาพความทรงจำในอดีตมาจากภาพถ่าย ถ้าอายุมาก ภาพความทรงจำในอดีตเกิดจากความ

ทรงจำหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในวัยเด็ก และช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงรอยต่อ หรือระหว่าง การเปลี่ยนผ่านวัยจากช่วงอายุหนึ่งสู่อีกช่วงอายุหนึ่ง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของสุวรรณมาศ เหล็กงาม (2553) ที่ศึกษาการประกอบสร้างภาพเพื่อการโหยหาอดีตในรายการวันวานยังหวานอยู่ พบว่า ความแตกต่างด้านคลังแห่งความรู้ทางสังคมจากประสบการณ์ที่มีเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีตทั้ง ประสบการณ์ตรงและอ้อมของผู้ชมแต่ละคน มีผลต่อการถอดรหัสความหมายมากกว่าปัจจัยด้านอายุ คนรุ่นใหม่สามารถถอดรหัสได้ทิศทางเดียวกับคนรุ่นเก่า เนื่องจากมีคลังความรู้จากประสบการณ์โดย สื่อบุคคล ได้แก่ พ่อและแม่ และโดยสื่อต่างๆ และอายุไม่สำคัญต่อปัจจัยด้านการตีความหมายของ การประกอบสร้างภาพเพื่อการโหยหาอดีต แต่สำคัญที่ว่าผู้ชมมีประสบการณ์ที่นำเสนอใน รายการหรือไม่ ถ้ามีก็สุขใจที่ได้ทาบทอดอดีต ถ้าไม่มีก็สุขใจที่ได้เห็นอดีตอันแปลกใหม่ซึ่งตนไม่เคยรู้ไม่เคย เห็นมาก่อน

Davis (1979) ได้กล่าวไว้ว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะโหยหาอดีต มากกว่าเพศหญิง ซึ่งขัดแย้งกับ Reisenwitz et al. (2004)

นอกจากนี้ Chase & Shaw (1989) กล่าวว่า การโหยหาอดีตเกิด จากเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่

1. คนเรามองว่าเวลาเป็นเส้นตรง อดีตก็คืออดีต ไม่มีทางใดที่จะทำ ให้อดีตสามารถเกิดขึ้นได้อีก
2. คนเรามองว่าปัจจุบันนั้นบกพร่อง เราไม่มีความสุขหรือไม่พอใจใน สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน
3. การปรากฏอยู่ของวัตถุหรือสิ่งของในอดีต ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีส่วนใน การสร้างการโหยหาอดีต

Holbrook & Schindler (1991) ได้ให้ความหมายที่กว้างขึ้นของ การโหยหาอดีตว่าหมายรวมถึงการมีความพึงพอใจ (ความชอบพอทั่วไป ทศนคติในเชิงบวก หรือ ผลกระทบที่น่าพอใจ) ต่อวัตถุ (บุคคล สถานที่ หรือสิ่งของ) ที่เคยอยู่ร่วมกันมานานในคราวที่บุคคล นั้นยังเป็นวัยเยาว์ (ช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น วัยรุ่น วัยเด็ก หรือก่อนเกิด) โดยการศึกษาเรื่อง “Nostalgia-motivated Thai Domestic Tourism at Amphawa” ของวันทนีย์ สันติกุล (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปเที่ยวอัมพวาจะระลึกถึงประสบการณ์ในวัยเด็กในส่วนที่เกี่ยวข้อง กับอาหารและขนมหวานพื้นบ้าน การเล่นน้ำในลำคลอง ของเล่นและตุ๊กตาแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของเกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2555) ที่ศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดสามชุก มีความปรารถนาเพื่อไปสัมผัสวิถี

ชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมและเรียบง่าย รับประทานอาหารหรือชมสุนทรียภาพ เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกย้อนอดีต และนิยมไปชมของโบราณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเชื่อมสัมพันธ์กับความทรงจำส่วนตัว ทั้งรายละเอียดปลีกย่อย สถานที่ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชวนให้หวนระลึกความทรงจำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความโหยหาอดีตแบบส่วนตัว

Holbrook & Schindler (2003) ได้เสนอแนะว่า ระหว่างบุคคลและวัตถุมีความผูกพันที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ ซึ่งอาจจะเป็นวัตถุที่ทำให้ระลึกความหลังเป็นสัญลักษณ์ ยกตัวอย่างประกอบ หรือจับเรียงลำดับของประสบการณ์ที่สูญหายไปแต่ยังคงมีคุณค่า

Turner (1987) ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการโหยหาอดีตว่าหมายรวมถึงมิติของการรับรู้การสูญเสีย 4 มิติ ได้แก่

1. การสูญเสียพื้นที่หรือเวลา (Loss of space or time)
2. การสูญเสียสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง และคุณค่า (Loss of references and values)
3. การสูญเสียเสรีภาพของปัจเจกและความเป็นอิสระ (Loss of individual freedom and autonomy)
4. การสูญเสียความเรียบง่าย ความจริงแท้ ความเป็นธรรมชาติของอารมณ์ (Loss of simplicity, authenticity and emotional spontaneity)

Kessous & Roux (2008) ได้กล่าวว่า 4 ช่วงเวลาที่มีความหมายที่สามารถกระตุ้นการโหยหาอดีต ได้แก่

1. อดีตในทุก ๆ วัน (Everyday past) ซึ่งเป็นชีวิตประจำวันของปัจเจก
- Holbrook & Schindler (1991) มองว่าสิ่งกระตุ้นของการโหยหาอดีตเกิดขึ้นจากช่วงแรก ๆ ของการดำเนินชีวิต

2. ความพิเศษ (Uniqueness) ซึ่งเป็นจุดอ้างอิงในวงจรชีวิตของบุคคล เช่น ช่วงเวลาที่อายุจะเพิ่มขึ้น หรือ การมีบุตร เป็นต้น

Marchegiani & Phau (2010) ได้ระบุไว้ว่า การโหยหาอดีตสามารถเกิดจากการกระตุ้นของเสียงดนตรี รูปภาพ ภาพยนตร์ ช่วงเวลาพิเศษ สมาชิกในครอบครัว ส่วน Hirsch (1992) ได้กล่าวว่า กลิ่นก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยให้เกิดความรู้สึกโหยหาอดีต

3. ประเพณี (Tradition) ซึ่งเป็นพิธีกรรมต่าง ๆ
4. การเปลี่ยนผ่าน (Transition) ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่าน

Miller (1995) ได้เสนอแนะว่าการโหยหาอดีตเป็นสิ่งที่โดดเด่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน อาทิ ช่วงเวลาแห่งความขัดแย้งหรือการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น ที่ผู้คนมีแนวโน้มที่จะตอบสนองโดยการหวนคำนึงถึงอดีตที่ผ่านมาเพื่อความสุขสบาย

2.2.4.2 ขั้นตอนของการพัฒนาการถวิลหาอดีต

Tannock (1995, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2542, น.174-175) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของการพัฒนาการถวิลหาอดีตไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. ชั้นโลกแห่งวันวาน (Pre-lapsarian world) เป็นช่วงเวลาในอดีตที่สดใส เป็นชีวิตในวัยเยาว์ เป็นขั้นของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เต็มไปด้วยพลังและคุณค่า
2. ชั้นการเสื่อมของโลกวินวาน (Lapse) เป็นช่วงเวลาแห่งการเสื่อมสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิม เกิดความเสียหายแก่ออดีตที่สวยงาม เป็นการเสื่อมสลายที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด แต่สั่งสมมาเป็นเวลานาน
3. ชั้นโลกปัจจุบัน (The present/Post-lapsarian world) เป็นช่วงเวลาที่คุณรู้สึกถึงการขาดหายหรือการถูกรบกวน ซึ่งบุคคลนั้นรู้สึกไม่มั่นคงและเกิดการถวิลหากลับไปสู่ขั้นแรกอันเป็นวันวานที่แสนหวาน

2.2.4.3 ประเภทของการโหยหาอดีต

1. การโหยหาอดีตแบบส่วนบุคคล (Personal Nostalgia) เป็นความทรงจำและประสบการณ์ตรงของบุคคล ซึ่งมีความหมายต่อบุคคลนั้น ซึ่ง Davis (1979) ได้เสนอว่าความรู้สึกของการโหยหาอดีตเกิดขึ้นจากความทรงจำและประสบการณ์ตรงของบุคคล
2. การโหยหาอดีตแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Nostalgia) เป็นความทรงจำและประสบการณ์ของบุคคลรอบข้าง
3. การโหยหาอดีตเชิงวัฒนธรรม (Cultural Nostalgia) เป็นความทรงจำของกลุ่มคน
4. การโหยหาอดีตแบบเสมือน (Virtual Nostalgia) เป็นความทรงจำหรือประสบการณ์ทางอ้อมของบุคคลอื่น หรือมาจากหนังสือที่อ่าน ภาพยนตร์ที่ดู หรือวัตถุต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ โดยการศึกษาเรื่อง “Yugonostalgia: The Pain of the Present” ของ Claire Bancroft (2009) พบว่า วัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวที่เราสังเกตเห็นก็เป็นสิ่งที่แสดงความรู้สึกโหยหาอดีตด้วยเช่นกัน เช่น ชื่อถนน ร้านขายของเก่า ร้านอาหารหรือบาร์ที่ตกแต่งแบบเก่า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริเพ็ญ เขียมจรรยา (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคำถามต่อทิศทางการฟื้นฟูอาคาร-ย่านเก่าแก่เพื่อการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความโหยหาอดีต-แท้หรือเท็จ: กรณีศึกษา ประเทศไทย พบว่าการลอกเลียนแบบตึกเก่าที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในอดีตของสถานที่แห่งนั้น นอกจากนี้ยัง

พบว่า การโยยหาอดีตกลายเป็นปัจจัยที่ทำให้คนเราอยากออกไปสำรวจและบริโภคอดีตหรืออย่างน้อยก็ใกล้กับอดีตที่สุดที่ทำให้เราเกิดความรู้สึกผูกพัน และการโยยหาอดีตทำให้สินค้าและบริการถูกผลิตขึ้นมาใหม่ในท้องตลาด และนำไปสู่การฟื้นฟูอาคารและซอยที่เก่าแก่

นอกจากนี้ การศึกษาการประกอบสร้างภาพเพื่อการโยยหาอดีต ในรายการวันวานยังหวานอยู่ของสุวรรณมาศ เหลืองงาม (2553) พบว่า สื่อโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการตอบสนองการโยยหาอดีตของคนในสังคมปัจจุบันและกว้างขวางกว่าสื่ออื่นๆ โดยจำลองเหตุการณ์ในอดีตขึ้นผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ อาทิ ภาพยนตร์ รายการทีวี ละคร เป็นต้น และผู้ชมที่ตีความสารจากรายการแบบ nostalgia ปัจจุบันมีการดำเนินชีวิตที่ต้องเหินห่างจากวิถีชีวิตแบบชนบทที่ตนคุ้นเคยในอดีตครั้งอาศัยอยู่ในต่างจังหวัด จึงโยยหาอยากย้อนกลับไปสู่วิถีชีวิตนั้นอีกครั้ง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคำถามต่อทิศทาง การฟื้นฟูอาคาร-ย่านเก่าแก่เพื่อการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความโยยหาอดีต-แท้หรือเท็จ: กรณีศึกษา ประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันออกท่องเที่ยวเพราะได้รับอิทธิพลจากสื่อ บางคนต้องการหาเอกลักษณ์ให้ตนเอง หรือต้องการมีประสบการณ์ทางด้านมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศ

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในบทนี้จะเป็นส่วนของวิธีการดำเนินงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ที่มีผลการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.3 ประชากรเป้าหมาย
- 3.4 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.5 คำถามวิจัย
- 3.6 แนวทางในการศึกษาวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก เข้าใจสาเหตุของการโหยหาอดีต และสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ด้วยวิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

3.2.1 การวิจัยทุติยภูมิ (Secondary Research)

มีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบทความต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

3.2.2 การวิจัยปฐมภูมิ (Primary Research)

3.2.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ และสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ โดยผู้วิจัยสุ่มสัมภาษณ์ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟบนรถไฟ โดยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) และวิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางข้อความเฟสบุ๊กหรือไลน์ (Facebook or Line Messages) กรณีที่ไม่สามารถเดินทางไปพบได้ ซึ่งในขณะสัมภาษณ์มีการจดบันทึกข้อมูลและขออนุญาตผู้ที่ให้ข้อมูลในการบันทึกเทป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยจัดเตรียมประเด็นและแนวคำถามกว้าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างมีอิสระในการตอบคำถามได้อย่างเสรี ไม่เป็นการถามนำหรือชี้นำไปในแนวทางที่วางไว้ (มานพ คณะโต, 2550)

3.2.2.2 เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques)

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สะท้อนภาพความคิดของกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับหัวข้อที่ศึกษา และเพื่อเข้าใจความรู้สึกลึก ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการติดต่อผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ โดยนัดวันและเวลากับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้จัดเตรียมภาพสี่เกี่ยวกับหัวข้อที่ศึกษาให้กลุ่มตัวอย่างเลือก จำนวน 18 รูป โดยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยจัดเตรียมประเด็นและแนวคำถามกว้าง ๆ ไว้ล่วงหน้า และมีการสอบถามข้อมูลกลุ่มตัวอย่างระหว่างการสร้างภาพจากรูปที่นำมาให้กลุ่มตัวอย่างเลือก พร้อมทั้งจดบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์และขออนุญาตผู้ที่ให้ข้อมูลในการบันทึกเทปและถ่ายภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลตอบคำถามได้อย่างเสรีและตามความพอใจ (ชาย โพรธิตา, 2547)

3.3 ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายที่ต้องการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 19 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการรถไฟไทยและมีความรู้สึกโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

3.4 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเลือกสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 19 ปีขึ้นไปที่เคยเดินทางโดยรถไฟและมีความรู้สึกโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลได้ตรงตามประเด็นที่ต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย

3.5 คำถามวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จึงได้กำหนดคำถามวิจัยเบื้องต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสืบค้นและศึกษาเชิงลึก นำไปสู่คำถามวิจัยทั้งหมด 4 ข้อ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางโดยรถไฟและโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ
2. ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่โหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ
3. อะไรคือสาเหตุ แรงจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. อะไรคือสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

3.6 แนวทางในการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 3.1 แนวทางการศึกษาสาเหตุการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ที่มีผลต่อการโยกย้ายพฤติกรรมการเดินทางโดยรถไฟ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 19 ปีขึ้นไปที่เคยเดินทางโดยรถไฟและมีความรู้สึกโยกย้ายพฤติกรรมการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผลและสรุปออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

4.2.2 ผลการวิจัยจากการใช้เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques)

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 19 ปีขึ้นไปที่เคยเดินทางโดยรถไฟและมีความรู้สึกโยกย้ายพฤติกรรมการเดินทางโดยรถไฟ จำนวน 9 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 3 ราย และเพศหญิง จำนวน 6 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด

ลำดับ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ภูมิลำเนา
1	หญิง	21 ปี	นักศึกษา	เชียงใหม่
2	ชาย	58 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน	กรุงเทพมหานคร
3	ชาย	25 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน	ยะลา
4	หญิง	52 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน	อุดรธานี
5	หญิง	27 ปี	อาชีพอิสระ	ประจวบคีรีขันธ์
6	หญิง	54 ปี	พนักงานบริษัทเอกชน	เลย
7	หญิง	33 ปี	ข้าราชการ	สุราษฎร์ธานี
8	ชาย	32 ปี	ข้าราชการ	กรุงเทพมหานคร
9	หญิง	46 ปี	ข้าราชการ	พิษณุโลก

ภาพที่ 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจากผู้เดินทางในขบวนนั่งรถไฟเที่ยวหน้าตก ไทโรยคนน้อยและจากดำเนินการติดต่อผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) และวิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางข้อความเฟสบุ๊กหรือไลน์ (Facebook or Line Messages) สำหรับผู้ที่ไม่สะดวกในการพบปะ จำนวน 6 ราย ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์เชิงลึกออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

4.2.1.1 ทักษะคิดต่อการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.1.2 คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.1.3 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยกย้ายหรือตัดสินใจในการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.1.4 สิ่งที่น่าทึ่งเกี่ยวกับชาวไทยโยกย้ายหรือตัดสินใจในการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.1.1 ทักษะคิดต่อการเดินทางโดยรถไฟ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงทักษะคิดต่อการเดินทางโดยรถไฟแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองในการเดินทางโดยรถไฟทั้งแง่บวกและแง่ลบดังต่อไปนี้

แ่งบวก

“หนูว่าราคาโอเค แอมนั่งรถไฟฟรี นั่งรถก็เบื่อกันเครื่องก็เบื่อกันนั่งรถก็อันตราย ขึ้นเครื่องก็หุ้อันนั่งรถไฟไม่เบื่อกันได้ดูธรรมชาติ สวยด้วย ได้เห็นสองข้างทาง ไม่อันตรายมากเท่าใดนัก ได้ดูวิถีชีวิตของคนในแบบต่าง ๆ ขึ้นเครื่องไม่เห็นไร นั่งรถเห็นแต่เมือง” (1)

“ก็ดีนะ เดินทางไปได้หลายที่ด้วยราคาที่ประหยัด” (2)

“พี่ว่าการเดินทางโดยรถไฟก็ไม่ได้แย่อะไรนะ อีกแ่งพี่ว่าก็สะดวกดี แอมนั่งรถไฟข้างทางด้วย ได้ปล่อยอารมณ์ไปกับสองข้างทาง ไปเรื่อย ๆ ไม่เหมือนนักบรททัวร์หรือเครื่องบิน ถึงแม้ว่ามันจะไววกว่าก็ตาม ถ้าพี่มีเวลา พี่ก็ชอบนั่งรถไฟ ชอบลุย ๆ แล้วก็ปลอดภัยด้วย มีทั้งรถแอร์และธรรมดาให้เลือกใช้บริการ ราคาที่เหมาะสมดี” (4)

“การเดินทางโดยรถไฟสะดวกสบาย ราคาถูก ไม่แ่ง มีหลายเส้นทางให้เลือก ไปได้ทั่วทั้งประเทศ แอมนั่งรถไฟสองข้างทางให้ชมอย่างเพลินเพลิน มองแล้วสบายตา สบายใจ ได้เห็นธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ แต่ก็มีแ่งแ่งบ้าง ได้คุยกับคนอื่น ๆ ได้แลกเปลี่ยนมุมมองชีวิต” (3)

“เป็นสิ่งที่น่ารื่นรมย์ ทั้งเส้นทางที่ตัดผ่านธรรมชาติ ไม่่วนวายดี สิ่งอำนวยความสะดวกก็ไม่ได้ถือว่าขาดแคลน พอใช้ได้ แต่ก็ไม่ได้อะไรขนาดใช้ไม่ได้ ถ้าเทียบความเร็วแล้วเหมือนรถไฟวิ่งเร็วกว่ารถยนต์เสียอีก” (5)

“พี่ว่า ถ้าเป็นเมื่อก่อนมันก็สะดวก ปลอดภัยดี” (6)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางโดยรถไฟในแง่ของค่าใช้จ่ายและความปลอดภัย เนื่องจากราคาตั๋วโดยสารมีราคาไม่แ่ง ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึง และสามารถใช้บริการเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้ ทิวทัศน์ริมทางรถไฟที่ผู้ใช้บริการได้ชมความงามเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองที่ดีต่อการเดินทางโดยรถไฟ นอกจากนี้จะได้ชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้คนแล้ว ยังได้ผ่อนคลายอารมณ์ และผูกมิตรกับเพื่อนร่วมเดินทาง ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นต่าง ๆ ร่วมกัน

แ่งลบ

“แต่สภาพรถค่อนข้างเก่า และห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด ถ้าได้นั่งใกล้ห้องน้ำ แบบว่ากลิ่นโชยมาเลยละ” (2)

“แต่บางครั้งรถไฟก็เสียเวลา คาคาเดาไม่ได้ว่าจะถึงตรงตามเวลาไหม” (3)

“แต่ที่แ่งก็คงเป็นเรื่องเวลา ชอบไม่ค่อยตรงเวลา และเรื่องห้องน้ำที่ไม่ค่อยสะอาด” (4)

“แต่ก็รู้สึกลำบาก เหนื่อย นั่งแต่ที่เดิม ใช้เวลานาน รถไม่ค่อยตรงเวลา แต่เดี๋ยวนี้มีการคมนาคมขนส่งหลายรูปแบบให้เลือก ซึ่งบางทีก็สะดวกรวดเร็วกว่า และสะอาดกว่าด้วย” (6)

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีทัศนคติทางลบต่อการเดินทางโดยรถไฟ อันเนื่องมาจากสภาพของรถไฟที่ค่อนข้างเก่าและห้องน้ำไม่สะอาด ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการไม่สะดวกสบายและเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ การเดินทางที่มักจะถึงสถานีปลายทางล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนดไว้ทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถวางแผนของเขาได้ชัดเจน และทำให้เกิดความเบื่อหน่ายที่รถไฟต้องช้าและเสียเวลา

4.2.1.2 คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ

กลุ่มตัวอย่างแต่ละรายมีความรู้สึกต่อคุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ ดังนี้

“อืม...คุณค่าต่อการเดินทางโดยรถไฟ หนูว่าการเดินทางโดยรถไฟ ทำให้หนูได้เปิดโลกกว้าง ได้เห็นอะไรหลาย ๆ อย่าง ได้เดินทางไปในหลาย ๆ ที่ด้วยราคาประหยัด หรือบางครั้งก็ฟรี ฮ่า ๆ ๆ แล้วก็ปลอดภัยด้วย จริง ๆ ก็สอนให้เรารู้ดูแลตัวเอง คอยระมัดระวัง และสามารถไปไหนมาไหนได้ด้วยตัวเอง อ้อ แล้วก็ทำให้หนูได้ชมความสวยงามของธรรมชาติ ได้สัมผัสธรรมชาติแบบที่ในเมืองไม่มี” (1)

“ตัวพี่ พี่มองว่าการเดินทางโดยรถไฟทำให้พี่ได้ใช้ชีวิตแบบ slow life ไม่เร่งรีบ แล้วก็ทำให้พี่ได้สัมผัสธรรมชาติ ทำให้คิดถึงเรื่องราวในอดีต ว่าเคยเดินทางโดยรถไฟกับที่บ้านตอนไปเยี่ยมญาติ เพราะเมื่อก่อนค่าตัวเครื่องบินแพงมาก รถยนต์ก็ไม่ค่อยสะดวกมากนัก เวลาที่พี่มานั่งที่ไร ก็ทำให้พี่ได้หวนคิดถึง และทำให้พี่ได้ใช้ชีวิตแบบเมื่อก่อน ที่ใคร ๆ เวลาไปไหนมาไหนไกล ๆ ก็ใช้รถไฟเป็นยานพาหนะในการเดินทาง” (2)

“ผมคิดว่าการเดินทางโดยรถไฟได้ทำให้ผมมีมุมมองหลากหลาย ได้เห็นวิถีชีวิตของผู้คน ตั้งแต่เมื่อก่อน ที่เดินทางกับพ่อแม่ ชีวิตก็จะเรียบง่าย ชิว ๆ ไปเรื่อย ๆ ตอนนี้อย่างนั้นก็เปลี่ยนแปลงไป คนเร่งรีบกัน เล่นมือถือกันเยอะ เมื่อก่อน ทุกคนก็ต่างคุยกัน มองดูอะไร ๆ ตามข้างทางไปเรื่อย แล้วก็ช่วยผ่อนคลาย เวลาได้ดูธรรมชาติ แล้วจิตใจก็สบาย แต่เสียตรงที่รถไฟขบติเลย์” (3)

“สำหรับพี่ การเดินทางโดยรถไฟทำให้พี่ได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเองมากขึ้น ได้ปล่อยอารมณ์ไปกับธรรมชาติอันสวยงามในสองข้างทาง ได้สูดอากาศที่ดี ได้กลิ่นอายของธรรมชาติและความสะดวกสบาย แล้วพี่ก็ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ที่พี่เคยเดินทางโดยรถไฟให้ลูก ทำให้ลูกได้สัมผัสแบบพี่ ได้เปิดมุมมองและได้เห็นการใช้ชีวิตในอีกรูปแบบ ที่สำคัญ ทำให้พี่ได้คิดถึงเรื่องราวดี ๆ ในอดีตที่พี่ได้เดินทางกับครอบครัวนี้แล้ว ก็มีความสุขทุกครั้ง” (4)

“การเดินทางโดยรถไฟทำให้การเดินทางนานขึ้นกว่าการใช้ยานพาหนะอย่างอื่นเวลาเดินทางไกล นั้นหมายความว่าได้มีเวลาอยู่กับตัวเองมากขึ้น ได้พิจารณาถึงสิ่งที่ผ่านมา และสิ่งที่เพิ่งผ่านพ้นไปที่เข้ามาในชีวิต ได้ยิ้ม ได้หัวเราะไปกับเรื่องตลก ๆ ที่ทำไปโดยไม่รู้ตัว บางครั้งก็ต้องน้ำตาซึมกับเรื่องเศร้า ๆ ได้เห็นคุณค่าของชีวิตทุกชีวิตที่ผ่านเข้ามา อาจเป็นเหตุเพราะรถไฟมีผู้โดยสารหลากหลายชนชั้น บ้างก็เป็นวัยรุ่นมาเที่ยวเป็นกลุ่ม ๆ บ้างก็เป็นคุณตาคุณยายถือชะลอมไปมา จากที่เคยเห็นแต่ในละครเก่า ๆ ก็ได้มีโอกาสเห็นชะลอมของจริงก็ตอนนั่งรถไฟ ได้เห็นสิ่งที่ไม่เคยเห็น ซึ่งคุณค่าเหล่านี้อาจจะไม่เกิดขึ้นถ้าไม่มีโอกาสได้อยู่กับตัวเองและอยู่ในที่ที่เราสามารถสัมผัสคนอื่นได้” (5)

“พีคิดว่าการเดินทางโดยรถไฟก็มีคุณค่าต่อพีนะ คือ มันทำให้พีได้เดินทางไปไหนมาไหนตั้งแต่เด็ก ๆ จนถึงทุกวันนี้อย่างสะดวกสบาย ราคาประหยัด แต่พอเริ่มมีอายุ มันก็เหนียวขึ้น ลำบากขึ้น ไม่สะดวกเหมือนเมื่อก่อน แต่ก็ยังทำให้ได้พักผ่อน ได้ดูวิวสองข้างทางสวยไม่เปลี่ยน” (6)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า การได้ผ่อนคลายอารมณ์ไปกับวิวทิวทัศน์ของธรรมชาติริมทางรถไฟแบบที่หาในตัวเมืองไม่ได้ ได้ชมความสวยงามของธรรมชาติ ประกอบกับการได้ใช้ชีวิตแบบ Slow life ได้ใช้เวลากับตัวเอง ได้คิดถึงเรื่องราวในอดีตที่ผ่านเข้ามา เป็นคุณค่าที่สำคัญในการเดินทางโดยรถไฟ นอกจากนี้ การได้ใช้วิถีการเดินทางแบบสมัยก่อน การได้เห็นวิถีชีวิตของผู้คน และการได้เห็นในสิ่งที่ตนเองไม่เคยเห็น ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างได้เปิดโลกกว้าง เป็นอีกคุณค่าหนึ่งซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการเดินทางโดยรถไฟ ท้ายนี้ ความประหยัดและความปลอดภัยในการเดินทางก็เป็นคุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟที่ลืมไม่ได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากพวกเขามีความคิดในมุมที่ว่าทุกคนสามารถเดินทางไปยังสถานที่อื่นได้ด้วยราคาค่าตัวโดยสารที่ไม่แพง มีกำลังพอที่จะชำระได้ และเดินทางได้โดยสวัสดิภาพ

4.2.1.3 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยกย้ายถิ่นในการเดินทางโดยรถไฟ

การโยกย้ายถิ่นในการเดินทางโดยรถไฟของกลุ่มตัวอย่างเกิดขึ้นจากหลายปัจจัย ดังนี้

“คือหนูรู้สึกว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่นมันค่อนข้างอึดอัด คนก็เยอะ นั่งรถก็เบื่อ เห็นแต่เมือง ขึ้นเครื่องก็เบื่อ เห็นแต่ท้องฟ้า ทุุกี่อึดด้วย นั่งรถก็อันตราย นั่งรถไฟมันไม่เบื่อนะพี เพราะได้ดูธรรมชาติอันสวยงาม ได้เห็นวิวต่าง ๆ แล้วก็ไม่อันตรายนะ ได้ดูวิถีชีวิตของคนว่าเขาทำอะไรบ้าง หนูแล้วก็สบายดีนะพี” (1)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อสภาพสังคมในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการโยกย้ายถิ่นของ Chase &

Shaw ที่ว่าคนเรามองว่าปัจจุบันนั้นบงการ โดยกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 1 มีความรู้สึกไม่พอใจกับสภาพแวดล้อมของการเดินทางที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ที่ทั้งแออัด วุ่นวาย และน่าเบื่อ นอกจากนี้ ประโยคที่ว่า “ดูเรียบง่ายดีนะ” แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างท่านนี้รู้สึกถึงการสูญเสียความเรียบง่าย ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดของ Turner เกี่ยวกับมิติของการรับรู้การสูญเสียที่นำไปสู่การโหยหาอดีต

“อืม...ก็คงเป็นเสียงหวูดรถไฟดังปึนปึน เสียงรถไฟวิ่งกระฉีกกระฉัก เคล้ากับวิวทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม ได้เห็นพระอาทิตย์ขึ้น พระอาทิตย์ตก รับลมเย็น ๆ ถ้าเปิดหน้าต่างหมด ก็ไม่ต้องไปทำโบที่ออกซ์เลย์ที่ หน้าตึงเขียว แต่บางครั้งก็ร้อนเวอร์ถ้าโดนแดดส่อง” (1)

จากความคิดในอีกมุมหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 1 แสดงให้เห็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีต ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งเร้า ซึ่งก็คือ “เสียง” ของหวูดรถไฟและเสียงแล่นของรถไฟ รวมถึง “สถานการณ์” ซึ่งในที่นี้ก็คือ ช่วงของการได้ชมธรรมชาติ ได้เห็นพระอาทิตย์ขึ้น-ตก และการที่ได้รับลมเย็น

“ครั้งแรกที่พี่เดินทางโดยรถไฟก็ตอนไปเที่ยวกับเพื่อนมหา'ลัย ตอนนั้นจะไปเที่ยวบ้านเพื่อนที่เลย แล้วจะแวะเที่ยวเชิงคาน ก็ตื่นเดิน สนุกดี ผมยังมีรูปเก็บไว้ ชอบเอามานั่งดู เพราะทริปนั้นสนุกมาก อยากมีเวลากลับไปอีก และถ้าเป็นไปได้ก็อยากไปกับเพื่อน ๆ ไม่ได้รวมตัวกันนานมากแล้ว และครั้งนั้นก็ได้เดินทางด้วยรถไฟเป็นครั้งแรก” (2)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ต้องการกลับไปสู่อดีต ซึ่งในที่นี้ก็คือการได้ไปเที่ยวโดยรถไฟกับเพื่อน ๆ เหมือนในอดีตที่ผ่านมา และปัจจัยด้านสิ่งเร้า ในส่วนของสถานที่และรูปภาพเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 2 เกิดการโหยหาอดีต ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับหนึ่งในแนวคิดของ Chase & Shaw เกี่ยวกับเงื่อนไขของการเกิดการโหยหาอดีต คือ การปรากฏอยู่ของวัตถุหรือสิ่งของในอดีต ซึ่งก็คือรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายเก็บไว้เป็นที่ระลึก นอกจากนี้ ความพิเศษของทริปที่กลุ่มตัวอย่างท่านนี้ได้อ้างอิงก็เป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มีความหมายที่สามารถกระตุ้นการโหยหาอดีตได้ตามแนวคิดของ Kessous & Roux สำหรับขั้นตอนของการพัฒนาการโหยหาอดีตตามแนวคิดของ Tannock สามารถนำ 2 ขั้นตอนมาเชื่อมโยงกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 2 ได้แก่ ชั้นโลกวันวาน เป็นช่วงเวลาในอดีตที่สดใส ซึ่งท่านนี้มองว่าช่วงเวลาที่ได้เดินทางไปเที่ยวโดยรถไฟกับเพื่อนนั้นสนุกสนาน และชั้นโลกปัจจุบัน เป็นช่วงเวลาที่คุณคนรู้สึกถึงการขาดหาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างท่านนี้ไม่ได้เดินทางไปเที่ยวกับเพื่อนเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว และมีความปรารถนาที่จะเดินทางไปยังสถานที่แห่งเดียวกับกลุ่มเพื่อนเดิมที่ได้ร่วมทางไปด้วยกัน

“พี่รู้สึกว่าตอนนี้เราใช้ชีวิตกันอย่างเร่งรีบ การเดินทางโดยรถไฟทำให้เราไม่รีบ ค่อย ๆ ไป นั่งเคยได้ยินคนเขาล้อกันไหม แบบ ถึงก็ช่าง ไม่ถึงก็ช่าง แล้วพี่ก็คิดถึงวิธีการเดินทางของคนในสมัยก่อน ที่ใครไปใครมาจากที่ไกล ๆ ก็ต้องใช้รถไฟเป็นยานพาหนะ” (2)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อสภาพสังคมในปัจจุบัน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นการวิพากษ์วิจารณ์ของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 2 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับหนึ่งในเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีตของ Chase & Shaw ที่ว่าคนเรามองว่าปัจจุบันนั้นบดบังพร่อง ทั้งนี้ ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างท่านนี้ได้สัมผัสวิถีการเดินทางของคนสมัยก่อนที่ใช้รถไฟเป็นยานพาหนะในการเดินทางนั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างรู้สึกสูญเสียคุณค่าของการเดินทางแบบพื้นบ้านไป ซึ่งเป็นหนึ่งในมิติของการรับรู้การสูญเสียที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีตตามแนวคิดของ Turner

“ผมว่าการเดินทางโดยรถไฟสะดวกดี แล้วก็ประหยัด ไปได้ทุกที่ ผมเคยชินกับการเดินทางโดยรถไฟ เวลานั้นรถไฟแล้วผมจะเพลินมาก ชมธรรมชาติ ถ่ายรูปเก็บไว้เป็นความทรงจำ แล้วตอนนี้ขึ้นมาทำงานที่กรุงเทพฯ ก็คงมีความคิดถึงครอบครัวเข้ามาด้วย เพราะเมื่อก่อนเวลาเดินทางไปเที่ยวไหน ก็จะไปกับครอบครัว และใช้รถไฟเป็นยานพาหนะในการเดินทาง” (3)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ปรารถนาจะได้ออกไปเที่ยวกับครอบครัวแบบในวันวาน และปัจจัยด้านสิ่งเร้าเกี่ยวกับรูปภาพเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 3 เกิดการโยยหาอดีต ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในแนวคิดของ Chase & Shaw ที่ว่าการปรากฏอยู่ของวัตถุหรือสิ่งของในอดีตเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีต ซึ่งในที่นี้ก็คือรูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างท่านนี้ยังรู้สึกถึงการสูญเสียสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างต้องมาทำงานที่กรุงเทพฯ จึงไม่มีโอกาสที่จะได้เดินทางไปเที่ยวกับครอบครัวโดยรถไฟมาเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งเป็นหนึ่งในมิติของการรับรู้การสูญเสียของ Turner อย่างไรก็ตาม เขายังรู้สึกว่าช่วงที่ผ่านมาเป็นช่วงเวลาอันแสนพิเศษของเขาและครอบครัว ซึ่งเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นการโยยหาอดีตตามแนวคิดของ Kessous & Roux ในส่วนของขั้นตอนของการพัฒนาการวิพากษ์วิจารณ์ตามแนวคิดของ Tannock นั้น สามารถเชื่อมโยง 2 ขั้นตอนกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 3 ได้แก่ ชั้นโลกวันวาน เป็นช่วงเวลาในอดีตที่สดใส ซึ่งเขาคิดว่าช่วงเวลาที่ได้เดินทางไปเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวเป็นช่วงเวลาพิเศษอันแสนสดใส และชั้นโลกปัจจุบัน เป็นช่วงเวลาที่เขารู้สึกว่าไม่ได้เดินทางไปเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวเป็นเวลานาน รู้สึกถึงการขาดหายของการได้ออกเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

“ภาพความทรงจำในการเดินทางโดยรถไฟของพี่ก็มาจากประสบการณ์ของพี่เองในตอนที่ ตอนนั้นเป็นครั้งแรกที่คุณพ่อคุณแม่พาพี่กับพี่สาวของพี่นั่งรถไฟไปเที่ยวประเพณีแห่เทียนพรรษาที่อุบลและก็ไปเยี่ยมญาติจ๊ะ พี่ยังมีรูปเก็บไว้เลยนะ ดูที่ไรก็คิดถึง อยากนั่งรถไฟไปเที่ยวเลยแหละ” (4)

ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 4 เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟนั้น การปรากฏอยู่ของรูปภาพในอดีตเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างท่านนี้เกิดความรู้สึกถวิลหาอดีต ซึ่งเป็นหนึ่งในเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีตตามแนวคิดของ Chase & Shaw ซึ่งตรงกับปัจจัยด้านสิ่งเร้าในส่วนของรูปภาพที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดการโหยหาอดีต นอกจากนี้ ประเพณีแห่เทียนพรรษาเป็นช่วงเวลาที่ทำให้เธอรู้สึกถึงการถวิลหาอดีต อีกทั้งเธอยังมองว่าช่วงเวลานั้นเป็นความพิเศษในชีวิตของเธอ โดยความพิเศษและประเพณีเป็นช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นการโหยหาอดีตตามแนวคิดของ Kessous & Roux สำหรับขั้นของการพัฒนาการถวิลหาอดีตตามแนวคิดของ Tannock ของกลุ่มตัวอย่างท่านนี้ คือ ชั้นโลกแห่งวันวาน ซึ่งเป็นช่วงเวลาในอดีตตอนนี้เธอได้ไปเที่ยวกับครอบครัวนั้นช่างสดใสสวยงามในความทรงจำของเธอ

“พีคคิดถึงเรื่องราวในอดีต อย่างที่บอกไปว่าเคยเดินทางกับครอบครัวสนุกดีนะ แล้วก็ได้ปลดปล่อยอารมณ์ด้วย ชีวิตในกรุงเทพฯ เร่งรีบมากเลย และวุ่นวายด้วย” (4)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อสภาพสังคมในปัจจุบัน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นการโหยหาอดีตของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 3 เนื่องจากเธอมีความรู้สึกว่าการใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ นั้นเร่งรีบและวุ่นวาย ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับหนึ่งในเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีตของ Chase & Shaw ที่ว่าคนเรามองว่าปัจจุบันนั้นบกร่อง ไม่พอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน

“เพราะเราใช้ชีวิตในเมืองที่เรียกได้ว่าวุ่นวายมาก การเดินทางก็เน้นความสะดวกรวดเร็ว รถไฟทำให้ใจเย็นลง เพราะคาดคะเน กะเกณฑ์เวลาอะไรเอากับการเดินทางไม่ได้ ถ้าเลือกเดินทางโดยรถไฟนั่นหมายถึงการต้องการพักผ่อนจริง ๆ ไม่รีบร้อน ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวเรื่อย ๆ อยู่กับตัวเอง” (5)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 5 มีความรู้สึกนึกคิดที่ว่าเธอไม่พอใจกับการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่วุ่นวายมาก ซึ่งเป็นหนึ่งในเงื่อนไขตามแนวคิดของ Chase & Shaw ที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีต ซึ่งตรงกับปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อสภาพสังคมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นการถวิลหาอดีต

“กลิ่นหญ้ากับกลิ่นดินหอม ๆ ที่โชยมาตลอดทาง และเนื่องจากเดินทางกรุงเทพหัวหิน สิ่งที่ติดใจและเฝ้ารอคอยคือบะหมี่ห่อเล็ก ๆ กับข้าวผัดกระเพรา ซื้อมาตั้งแต่ห่อละ 5 บาท จนตอนนี้ 20 บาทแล้ว ไม่รู้จะอร่อยอะไรหนักหนา หรืออาจเป็นบรรยากาศก็ไม่รู้ เป็นรสชาติกับอารมณ์ที่ลืมไม่ลงจริง ๆ” (5)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 5 ปักจ้ายด้านสิ่งเร้าในส่วนของกลิ่นของ หนุ้าและดินที่หอมลอยโขยเข้ามาในรถไฟ และรสของอาหาร ทั้งบะหมี่และข้าวผัดกระเพราที่แสนอร่อย ยิ่งกระตุ้นให้เธอรู้สึกโหยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

“พีคิดว่าที่พีโหยหาก็คงเพราะว่าเมื่อก่อนช่วงที่พีขึ้นมาทำงานที่ กรุงเทพฯ ใหม่ ๆ พีพักกับญาติแถวลำสาลี แล้วที่ทำงานอยู่แถวอรุณพงษ์ พีก็ขึ้นรถไฟไป-กลับทำงาน ทุกวัน พีว่ามันสะดวกดี แล้วก็ได้นั่งดูอะไรไปเรื่อยเปื่อยด้วย แล้วพีก็ชอบนั่งรถไฟไปเที่ยวด้วย พีว่ามันถูก และได้ดูธรรมชาติริมทาง สวยดี” (6)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 6 ช่วงเวลาในอดีตในทุก ๆ วันที่เธอได้นั่ง รถไฟไปทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นการโหยหาอดีตตามแนวคิดของ Kessous & Roux รวมทั้งปักจ้ายด้านสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่ได้เคยชมทิวทัศน์ริมทางรถไฟ ก็เป็นอีกปักจ้ายหนึ่งที่กระตุ้นการโหยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟของเธอ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถกล่าวโดยสรุปว่าสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ได้แก่ ประสบการณ์ตรงของบุคคลนั้น ซึ่งเป็นประเภทของการโหยหาอดีตแบบส่วนบุคคล รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างถ่ายไว้เป็นที่ระลึก เมื่อกลับมาดู ก็ทำให้หวนนึกถึง เรื่องราวต่าง ๆ ในอดีต ซึ่งเป็นช่วงเวลาอันแสนพิเศษของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ ความต้องการที่จะ หลีกหนีจากความวุ่นวายจากการใช้ชีวิตในเมืองที่ทั้งเร่งรีบและวุ่นวาย ก็เป็นอีกสิ่งกระตุ้นที่ทำให้ กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตที่ผ่านมา รวมถึงการได้สัมผัสกับทิวทัศน์ริมทางรถไฟ ทั้งธรรมชาติที่สวยงาม และวิถีชีวิตของผู้คนก็เป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

4.2.1.4 สิ่งที่น่าทึ่งที่ชาวไทยโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทำให้พบสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางด้วยรถไฟ มีดังนี้

“ก็คงเป็นวิวข้างทาง ธรรมชาติที่ได้มองเห็น วิถีชีวิตของคนว่าเขาทำอะไรบ้าง เสียงหวูดรถไฟป๊นป๊น เสียงรถไฟวิ่งกระฉิกกระฉัก ท้องฟ้ายามพระอาทิตย์ขึ้น-ตก” (1)

“สิ่งที่พีโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟก็คงเป็นทริปเชียงใหม่กับเพื่อน ๆ สมัยมหา'ลัย อยากกลับไปเที่ยวด้วยกันอีก แล้วก็โหยหาความเรียบง่ายในการใช้ชีวิตแบบที่ไม่ต้องรีบ ธรรมชาติ และวิถีชีวิตของคนในอดีต” (2)

“คงเป็นความสะดวกสบายในการเดินทาง ไปได้ทุกที่ ธรรมชาติอันสวยงามที่ทำให้ผมได้เก็บรูปสวย ๆ ได้ทุกครั้ง และที่สำคัญ คือ โหยหาการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ กับครอบครัว” (3)

“พี่อยากไปเที่ยวงานแห่เทียนพรรษาที่อุบลอีกมากเลย ไม่ได้ไปนานแล้ว และก็ไม่ค่อยได้ขึ้นรถไฟมากเท่าไรแล้วด้วย ที่สำคัญอยากให้ครอบครัวเดินทางไปด้วยกัน แล้วพี่อยากดูวิถีชีวิตของคนที่มีบ้านริมทางรถไฟว่าเขายังใช้ชีวิตกันแบบเดิมไหม มีอะไรเจริญมากขึ้นไหม แล้วก็อยากสัมผัสวัฒนธรรมชาติอันเขียวขจี ดูแล้วสบายตา มาก ๆ จ๊ะ” (4)

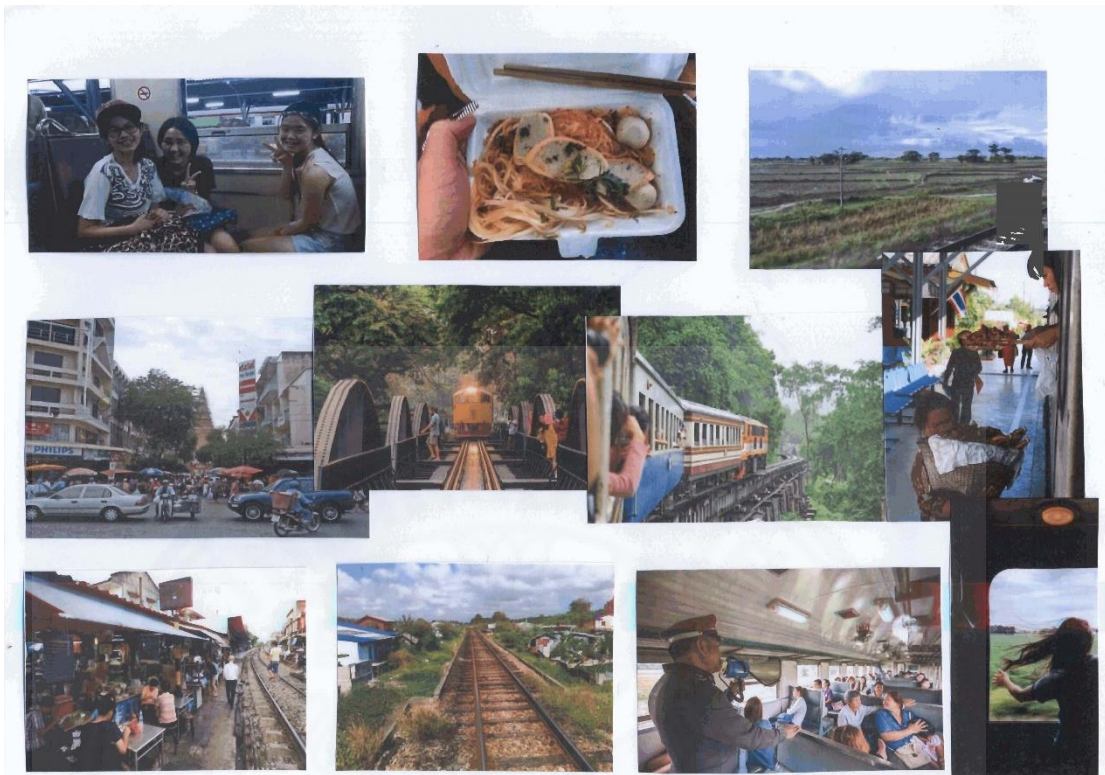
“ก็จะมีบรรยากาศรอบข้าง เวลาที่ใช้ดื่มด่ำไปกับธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์มาก เห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ทำนา ทำไร่ เหมือนกับว่าถ้ามีเส้นทางไฟตัดผ่าน ในอดีตที่ตรงนี้จะเจริญมาก มองเห็นชีวิตของชาวบ้านที่ครั้งหนึ่งรถไฟคือการเดินทางหลัก มีคนหิ้วกระป๋องมาขายน้ำ ถี้อถาดวิ่งขายข้าว เราชอบเวลายืนหน้าออกมาข้างหน้าต่างเพื่อซื้อขนมที่ห่อเล็ก ไม่ก็ข้าวห่อ ต้องเร็วและสั่งให้ได้ใจความ เพราะรถไฟจอดแป๊บเดียว” (5)

“พี่โหยหาการได้พบเจอและเห็นวิถีชีวิตของคน ทั้งคนที่มีบ้านอาศัยอยู่ริมทางรถไฟและคนที่ใช้รถไฟเป็นยานพาหนะในการเดินทาง อยากสัมผัสธรรมชาติและก็อยากใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ค่อยเป็นค่อยไปแบบรถไฟ” (6)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ ได้แก่ การได้ชมวิวทิวทัศน์ทั้งธรรมชาติที่แสนงดงามที่ไม่สามารถหาได้ในตัวเมือง การได้ชมพระอาทิตย์ขึ้น-ตกพร้อมวิวรอบข้างที่สวยงามและวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมทางรถไฟและของผู้คนที่เดินทางโดยรถไฟ นอกจากนี้ เสียงหวูดรถไฟ เสียงรถไฟแล่น และการค้าขายบริเวณสถานีรถไฟ ยังเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างถวิลหา รวมทั้งการใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ได้ใช้ชีวิตแบบ Slow life ได้ผ่อนคลายอารมณ์ และการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟร่วมกับครอบครัวและเพื่อน ๆ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.2 ผลการวิจัยจากการใช้เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามเพื่อนร่วมงานในเบื้องต้นว่ามีใครเคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟและมีความรู้สึกโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งเมื่อได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 รายแล้ว จึงติดต่อนัดวันและเวลาในการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) และนำเทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) มาใช้ร่วมกับการสัมภาษณ์เพื่อจะได้เห็นภาพสะท้อนจากความคิดของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีการสอบถามระหว่างที่กลุ่มตัวอย่างสร้างภาพจากภาพสีที่ผู้วิจัยจัดเตรียมไว้ให้ ซึ่งเป็นรูปเกี่ยวกับหัวข้อที่ศึกษา จำนวน 18 รูปคำถามที่ใช้ในการนี้เป็นคำถามเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์เชิงลึกออกเป็น 4 ประเด็นเช่นเดียวกัน ได้แก่ 1. ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ 2. คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ 3. สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ และ 4. สิ่งที่น่าท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาดีดีในการเดินทางโดยรถไฟ



ภาพที่ 4.2 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 7



ภาพที่ 4.3 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 8



ภาพที่ 4.4 ภาพของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 9

4.2.2.1 ทักษะคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 รายขณะที่สร้างภาพที่สะท้อนความรู้สึกของพวกเขากลับมาเกี่ยวกับการฉ้อโกงในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีและลบต่อการเดินทางโดยรถไฟ ดังนี้

“ในมุมมองของพี่ การเดินทางโดยรถไฟก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเดินทางที่สามารถไปถึงจุดหมายด้วยงบประมาณที่จำกัด และเป็นบริการสำหรับประชาชนที่ให้บริการได้เท่าเทียมกัน” (7)

“ทัศนคติหรือ โดยส่วนใหญ่พี่ก็พอใจนะ แต่มีข้อจำกัดอยู่ตรงที่การไม่ตรงต่อเวลาและรถขบเสี่ยระหว่างเดินทาง” (8)

“อืม...พี่ว่าก็มีความปลอดภัยในการเดินทาง ค่าโดยสารก็ไม่แพงถึงแม้ว่าจะไม่ค่อยสะดวกและใช้เวลาในการเดินทางที่นานมาก เพราะรถเสี่ยเวลาบ่อย” (9)

ในการนี้ ผู้วิจัยสามารถกล่าวโดยสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ราย มีความเห็นว่าการเดินทางโดยรถไฟมีข้อดีตรงที่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างปลอดภัยและราคาประหยัด ซึ่งก่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในทุกชนชั้น ทุกคนมีกำลังเพียงพที่จะชำระค่าตัว

โดยสารรถไฟ อย่างไรก็ตาม พวกเขายังมีความเห็นในแง่ลบต่อการเดินทางโดยรถไฟ เนื่องจากการเดินทางไม่ค่อยสะดวกสบายเท่าไรนัก อีกทั้งรถไฟมักจะเสียเวลาระหว่างทาง จึงไม่สามารถคาดเดาเวลาที่ถึงจุดหมายปลายทางได้ชัดเจน

4.2.2.2 คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ

สำหรับคุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ราย ต่างมีมุมมองในแบบของตน ดังนี้

“ทำให้ได้สัมผัสสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย แปลกใหม่ สัมผัสวิถีชุมชนริมทางรถไฟ เป็นการเดินทางที่ประหยัดและได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเองมากขึ้น ได้พบมิตรภาพใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางที่ไม่ต้องการความเร่งรีบ” (7)

“ก็คงเป็นการได้สัมผัสกับบรรยากาศตอนนั่งอะ ไม่ว่าจะเป็นลม อากาศ และแสงแดด แล้วระหว่างทางก็จะมีธรรมชาติให้ดูตลอดเส้นทาง” (8)

“พี่ว่าการเดินทางโดยรถไฟให้ความปลอดภัยมากกว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ แล้วยัง ด้วยความที่มันไปเรื่อย ๆ ก็ทำให้มีเวลาอยู่กับตัวเอง ทบทวนอะไรไปเรื่อย ๆ” (9)

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการได้มีเวลาอยู่กับตัวเอง ได้คิดทบทวนสิ่งต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามา ได้สัมผัสชีวิตของผู้คนริมทาง ได้มิตรภาพใหม่ ๆ จากผู้ร่วมเดินทาง การเดินทางด้วยความไม่เร่งรีบและปลอดภัย ถึงแม้ว่าจะไม่ค่อยสะดวกเท่าใดนัก เป็นคุณค่าที่กลุ่มตัวอย่างได้จากการเดินทางโดยรถไฟ

4.2.2.3 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยกย้ายถิ่นในการเดินทางโดยรถไฟ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ราย ประกอบการสร้างภาพที่สะท้อนสิ่งกระตุ้นที่ก่อให้เกิดการโยกย้ายถิ่นในการเดินทางโดยรถไฟของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

“เกิดจากประสบการณ์การเดินทางด้วยตัวเอง คือตอนนั้นเพื่อนของพี่ชวนนั่งรถไฟขบวนท่องเที่ยว มีไปหัวหินครั้งนึง จำได้เลย ขากลับไปกินก๋วยเตี๋ยวราชาณี เนี่ยๆ ตามรูปที่พี่แปะเลย รูปบ่นอะ คือพี่ก็ไปเที่ยวกับเพื่อน สาวๆๆ กัน แล้วตอนเย็นเราก็สั่งก๋วยเตี๋ยวราชาณีมากิน เพราะนายตรวจเขาแนะนำอร่อย แล้วยังไว้ประทังท้อง กว่าจะถึงกรุงเทพฯ ก็อีกนาน แล้วยังแบบ เห้ยมันอร่อยมากเลย ตัดใจมาก อยากกินอีก ถูกด้วย แล้วก็ตอนไปเที่ยวเมืองกาญจน์ ก็อยากไปอีกนะ สนุกดี ปลอดภัย ประหยัด ธรรมชาติข้างทางสวยดี แบบในรูปเลย เป็นทุ่งนา มีบ้านคน มีขายของบ้าง แบบในรูปอะ อีกรูปอย่าง ชีวิตในเมืองมันเร่งรีบนะ นั่งรถไฟมันผ่อนคลาย ให้ลมตีหน้า ผมปลิว เหมือนในรูปอะ ชิวๆ” (7)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 7 รสชาติของก๋วยเตี๋ยวราชบุรีที่เป็นปัจจัยด้านสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เธอโยกย้ายถิ่นในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ นอกจากนี้ เธอยังมองว่าการ

ใช้ชีวิตในเมืองนั้นเร่งรีบมากเกินไป จึงทำให้เธอคิดว่าปัจจุบันนี้นั้นบกพร่อง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านอารมณ์ หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Chase & Shaw ที่ว่าคนเรามองว่าปัจจุบันบกพร่องหรือไม่พอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน รวมทั้งช่วงเวลาต่าง ๆ ที่เธอได้ไปท่องเที่ยวกับเพื่อน ๆ นั้นเป็นช่วงเวลาพิเศษ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Kessous & Roux ซึ่งเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นการโยยหาอดีตของกลุ่มตัวอย่างท่านนี้ โดยเป็นชั้นโลกแห่งวันวาน ซึ่งเป็นช่วงเวลาในอดีตที่แสนสดใส ตามแนวคิดขั้นตอนการพัฒนาการโยยหาอดีตของ Tannock

“เป็นตอนกลับต่างจังหวัดในช่วงเทศกาล เพราะช่วงเวลานั้นคนจะเยอะ บวกกับการเดินทางที่ใช้เวลามากกว่าปกติ จำได้แม่นเลย อึดอัด และวุ่นวาย แต่ก็ใช่วิถีแบบทั่วไปธรรมดา บ้าน ๆ เวลากลับช่วงเทศกาล ก็จะไปคิดถึง เพราะเป็นวิถีการใช้ชีวิตแบบธรรมดา ไม่รีบเหมือนในเมืองกรุง แบบในรูปเลย นั่งรถไฟ ชิว ๆ ปล่อยอารมณ์ไปกับบรรยากาศ” (8)

จากข้อมูลข้างต้น ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Chase & Shaw ที่ว่าคนเรามองว่าปัจจุบันบกพร่องหรือไม่พอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 8 เกิดการโยยหาอดีต เนื่องจากเขาคิดว่าชีวิตปัจจุบันที่เป็นอยู่นั้นเร่งรีบเกินไป อึดอัด และวุ่นวาย เขาจึงมีความต้องการที่จะได้ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟสามารถตอบสนองความปรารถนาของเขาได้

“เหตุที่โยยหาการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ เพราะค่าโดยสารที่ไม่แพง และมีความปลอดภัยมากกว่าการเดินทางประเภทอื่น แคมป์สถานีอยู่ใกล้บ้านพี่ด้วย เวลากลับบ้าน ถ้านั่งเครื่องบินหรือรถ ก็จะไปเปรียบเทียบกับนั่งรถไฟ แล้วก็คิดถึงตอนนั่งรถไฟทุกที ถ้าเดินทางโดยรถไฟช่วงกลางวัน จะเห็นวิวสองข้างทางที่สวยงาม แบบในรูปเลย เมื่อรถแล่นผ่านไปยังสถานที่ต่าง ๆ เช่น นาข้าวที่เป็นพรมเขียวมองแล้วสบายตา ผ่านทุ่งดอกไม้ และต้นไม้ข้างทางที่สวยงาม มีลมเย็น ๆ พัดเข้ามาเวลาที่รถไฟแล่น ผมนี่ปลิวเวออร์ แต่ไม่มากเหมือนในรูปนะ ฮ่า ๆ จากประสบการณ์ที่ นั่งรถไฟชั้น 3 บางครั้งคนน้อยก็ได้นอนและยืดขาเต็มที่ เพราะที่นั่งนั้นเราจองคนเดียวไม่มีใครแย่ง และไม่แย่งใคร อาหารบนรถไฟ ที่แม่ค้าเดินตะโกนขาย แบบในรูปอะ ตั้งแต่ตู้แรกจนตู้สุดท้าย วนไปมา มีทั้งไก่ย่าง ข้าวผัด หมูπίง ไข่ต้ม น้ำดื่ม แม้วารสชาติอาจจะไม่ถูกปากแต่ก็เป็นประสบการณ์ที่สนุก ที่ชอบเก็บตั๋วรถไฟ แล้วเอามานั่งดูว่าเราไปเที่ยวไหนมาบ้าง แล้วก็นึกถึง แบบไปเมืองกาญ ก็จะไปคิดถึงสะพานข้ามแม่น้ำแคว แล้วก็พระปฐมเจดีย์ ทุกขบวนที่ไปเที่ยว ต้องผ่านหมด เลยออกมาแบบในรูปจ๊ะ” (9)

ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 9 เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟนั้น ปัจจัยด้านสิ่งเร้าในส่วนของสถานการณ์ในการได้ชมวิว

ทิวทัศน์ริมทางรถไฟและวิถีชีวิตของผู้คน รวมทั้งสถานที่ต่าง ๆ ที่เธอได้เดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถไฟ เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เธอโหยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาพิเศษสำหรับกลุ่มตัวอย่างท่านนี้ โดยตรงกับแนวคิดของ Kessous & Roux ซึ่งเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นการถวิลหาอดีตของเธอ ทั้งนี้ การโหยหาอดีตของกลุ่มตัวอย่างท่านนี้อยู่ในชั้นโลกแห่งวันวาน ซึ่งเธอมองว่าเป็นช่วงเวลาในอดีตที่สวยงามและสดใสอยู่ในความทรงจำของเธอ

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นทำให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ได้แก่ ประสบการณ์ส่วนตัว ซึ่งเป็นประเภทของการโหยหาอดีตแบบส่วนบุคคล โดยทั้งได้สัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต อาหารการกิน และการค้าขายบนรถไฟ ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างได้ผ่อนคลาย และสามารถเดินทางได้ด้วยความปลอดภัยและประหยัดอีกด้วย

4.2.2.4 สิ่งที่น่าสนใจของเที่ยวชาวไทยโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

สำหรับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟสามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามทัศนะของกลุ่มตัวอย่างลำดับที่ 7-9 ดังนี้

“สิ่งที่พี่โหยหาหรือ ก็คงเป็นเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง พี่ว่ามันง่ายดีนะ ไม่ยุ่งยากเหมือนเครื่องบิน แบบทุกวันนี้เวลาเดินทาง ก็ต้องไปถึงก่อนเวลา ต้องโหลดกระเป๋า ถ้ามีนะ ต้องตรวจหลายอย่าง หรือถ้าไม่มีกระเป๋า ก็ต้องคอยเตือนตัวเองว่ามีบินนะ เช็คอินก่อนไหม เพื่อไปสาย ฮ่าๆๆ ถึงแม้ว่ามันจะเร็วกว่าก็เถอะ อ้อ แล้วก็คงเป็นเรื่องราคาด้วย ประหยัดดี คือใคร ๆ ก็สามารเดินทางได้ มันเท่าเทียมกันดี แล้วก็คงเป็นภาพของวิวข้างทาง วิถีชีวิตของคน มีคนมาขายของตามสถานีรถไฟ มันไม่เหมือนรถทัวร์กับเครื่องอะ แบบในรูปอะที่ขายข้าวเหนียว ไก่ย่างไร้” (7)

“สำหรับพี่นะ พี่คิดถึงมิตรภาพดี ๆ ระหว่างการเดินทาง คือ เราไม่ได้รู้จักกัน แต่เราก็คุยกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ยังเป็นคนบ้านเดียวกันก็คุยกันยาว ถูกคอกันเลย ก็คงโหยหาสัมพันธ์ภาพที่ดีอันนี้แหละ เพราะตอนนี้เวลากลับเครื่อง ก็ไม่ได้คุยกับใคร แบบในรูปอะที่คนเขาคุยกัน แล้วพี่ก็โหยหาการเดินทางไปเที่ยวโดยรถไฟกับกลุ่มเพื่อน ได้เห็นบรรยากาศในอดีตที่ผ่านมา ๆ ทั้งสถานีรถไฟ ทิวทัศน์ ธรรมชาติ การค้าขาย ก็คล้าย ๆ ในรูปนะ อีกร้อย ก็คงโหยหาสำเนียงของคนแต่ละจังหวัด เพราะรถไฟมันผ่านหลายจังหวัดนะ แต่ละที่ก็มีสำเนียงเป็นของตัวเอง ฟังแล้วให้ความรู้สึกถึงท้องถิ่นดี อยู่เมืองกรุงเทพแต่ภาษากลาง สุดท้ายก็คงเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตของคนริมทางรถไฟ วิวสวยงามที่หาไม่ได้และการใช้ชีวิตแบบง่าย ๆ ของคน” (8)

“สิ่งที่พี่โหยหาในอดีตจากการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ ก็คือ ค่าใช้จ่ายจากการเดินทาง ความปลอดภัย และวิวที่สวยงามเมื่อรถไฟวิ่งผ่านตามสถานที่ต่าง ๆ” (9)

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นให้ผู้วิจัยได้ค้นพบว่าสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ราย ได้ถวิลหาการโยยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ ได้แก่ บรรยากาศในอดีต วิถีริมทางรถไฟ วิถีชีวิตของคน ทั้งผู้ที่เดินทางโดยรถไฟ ผู้ที่อาศัยอยู่ริมทางรถไฟ และพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของตามสถานีรถไฟ มิตรภาพดี ๆ ที่เกิดขึ้นบนรถไฟ ความสะดวก ความปลอดภัย และความประหยัด



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้มุ่งศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.1 สรุปประเด็นสำคัญของผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างอายุ 19 ปีขึ้นไปที่เคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟและมีความรู้ลึกโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟในเชิงลึก (In-depth Interview) และการใช้เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) จำนวนทั้งสิ้น 9 รายแล้วนั้น สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.2 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการโยยหาอดีต

5.1.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และการใช้เทคนิคการสร้างภาพ (Projective Techniques) มาสรุปผลการวิจัยได้ตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

5.1.1.1 ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ

จากมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟในเชิงบวก กล่าวคือ การเดินทางโดยรถไฟเอื้อประโยชน์ให้คนทุกกลุ่มสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคล อันเนื่องจากราคาค่าตัวโดยสารรถไฟมีราคาไม่แพง นอกจากนี้ การเดินทางด้วยรถไฟนั้นสะดวกและปลอดภัย อีกทั้งยังมีโอกาสชมทิวทัศน์ข้างทางเมื่อรถไฟได้แล่นผ่าน ซึ่งทำให้ผู้โดยสารได้ผ่อนคลาย ปลอดภัย ชุมชนธรรมชาติที่สวยงาม และวิถีชีวิตของผู้คนริมทางรถไฟ รวมทั้งผู้ร่วมเดินทาง ซึ่งในบางครั้งก็มีการพูดคุย ทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมุมมองชีวิตร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างบางรายมีข้อคิดเห็นว่าการเดินทางโดยรถไฟยังมีข้อเสียทั้งเรื่องสภาพรถที่ค่อนข้างเก่า ซึ่งปัจจุบันการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการปรับปรุงรถไฟชั้น 3 ใหม่ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน (มติชนออนไลน์, 2559) อีกทั้งห้องน้ำไม่สะอาด

บางครั้งก็ส่งกลิ่นไม่อันพึงประสงค์ ซึ่งทำให้การเดินทางในบางครั้งไม่เป็นที่น่าพอใจ รวมทั้งการเดินทางโดยรถไฟไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเดินทางถึงเป้าหมายตามเวลาที่กำหนดหรือไม่ เนื่องจากในบางครั้งเกิดข้อขัดข้องในการเดินทาง จึงทำให้เวลาได้ล่วงเลยออกไปเกินกว่าที่ได้กำหนดไว้ หรือเกิดจากความล่าช้าของขบวนก่อนหน้า ซึ่งทำให้ขบวนที่ตามมาภายหลังไม่สามารถเดินทางต่อไปได้ เนื่องจากรางรถไฟส่วนใหญ่ในประเทศไทยเป็นรางรถไฟรางเดี่ยว จึงไม่เอื้อให้รถไฟวิ่งสวนทางกันได้ ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงดำเนินโครงการก่อสร้างทางคู่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการเดินทาง รวมทั้งเพื่อรองรับความต้องการในการเดินทางและการขนส่งที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2559)

5.1.1.2 คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ

จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมได้ กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองว่าการเดินทางโดยรถไฟให้คุณค่าในเชิงผ่อนคลายอารมณ์ เนื่องจากได้สัมผัสธรรมชาติอย่างที่ไม่เคยเจอในตัวเมืองที่มีแต่ตึกรามบ้านช่อง ไม่ค่อยมีธรรมชาติมากเท่าใดนัก เมื่อได้นั่งรถไฟแล้วจะได้เห็นความสวยงามของธรรมชาติ มองออกไปก็จรรโลงใจ ได้ใช้เวลากับตนเอง เนื่องจากการเดินทางโดยรถไฟไม่เร่งรีบ มีเวลาครุ่นคิด พิจารณาทบทวนเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผ่านมา นอกจากนี้ การเดินทางโดยรถไฟยังเปิดโอกาสให้ผู้เดินทางได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยเห็น เช่น เห็นผู้คนเดินทางจากต่างจังหวัดแล้วหิ้วชะลอม ซึ่งทำให้หวนระลึกถึงละครบ้านทรายทอง ที่พจมาน หญิงสาวชาวบ้านนอก แบกชะลอมเข้าเมืองกรุง เป็นต้น รวมทั้งได้เห็นวิถีชีวิตแบบสมัยก่อนที่ยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน อาทิ การขายของในสถานีรถไฟ ชีวิตริมทางรถไฟ เป็นต้น อีกประเด็นที่สำคัญ คือ การเดินทางโดยรถไฟให้คุณค่าทางด้านการเงิน กล่าวคือ ผู้โดยสารสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ เนื่องจากราคาค่าตั๋วรถไฟไม่ได้สูงมากนัก รวมทั้งยังให้ความปลอดภัยในการเดินทางอีกด้วย

5.1.1.3 สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโยกย้ายที่ดีในการเดินทางโดยรถไฟ

ในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ประสบการณ์ตรงของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งกระตุ้นสำคัญในการทำให้กลุ่มตัวอย่างโยกย้ายที่ดีในการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งมีตั้งแต่การเดินทางในวัยเด็กกับครอบครัวเพื่อไปท่องเที่ยวและเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ จนถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อนในวัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนสมัยมัธยม สมัยมหาวิทยาลัย หรือเพื่อนร่วมงาน โดยระหว่างการเดินทาง ก็มีสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโยกย้ายที่ดีในการเดินทาง ได้แก่ เสียงหวูดรถไฟดังปึนปึน เมื่อได้ยินเสียงเมื่อใด ก็จะหวนระลึกถึงอดีตที่ผ่านมาที่เคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟว่าไปทริปใดบ้าง และผู้ร่วมเดินทางในครั้งดังกล่าวมีผู้ใดบ้าง ทิวทัศน์ธรรมชาติที่ทำให้ผู้เดินทางได้ชื่นชมความงาม สัมผัสบรรยากาศที่ดี ได้กลิ่นหญ้ากับดินที่หอม ๆ รวมทั้งอาหารที่เป็นอาหารเด่น ๆ ตามสถานีรถไฟ ได้แก่ ข้าวเหนียวไก่ย่าง และก๋วยเตี๋ยวราชนครินทร์ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายที่พัฒนา กิติอาษา

(2546, น.10) ได้กล่าวไว้ว่า การโหยหาอดีต หมายถึง ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตจากการใช้ชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาสำคัญของการโหยหาอดีตหรือถวิลหาอดีต โดยประสบการณ์ตรงของแต่ละบุคคลเป็นการโหยหาอดีตแบบส่วนบุคคล (Personal Nostalgia) ซึ่งเป็นความทรงจำและประสบการณ์ตรงของบุคคล ซึ่งมีความหมายต่อบุคคลนั้น โดย Davis (1979) ได้เสนอว่าความรู้สึกของการโหยหาอดีตเกิดขึ้นจากความทรงจำและประสบการณ์ตรงของบุคคล

นอกจากนี้ รูปถ่ายยังมีความสำคัญในการกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ เมื่อมานั่งดูรูปต่าง ๆ ที่ได้ถ่ายเก็บไว้ ก็จะคิดถึงบรรยากาศเก่า ๆ ซึ่งภาพจะกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างระลึกและหวนคำนึงถึงวันวานได้ง่ายและชัดเจนกว่า โดยรูปภาพเป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้บุคคลโหยหาอดีต ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Hirsch (1992) ที่ได้กล่าวไว้ว่า รูป รส กลิ่น เสียง เป็นปัจจัยด้านสิ่งเร้ารอบตัวเราที่กระตุ้นให้เกิดการโหยหาอดีต อีกทั้งยังสอดคล้องกับความคิดของ Chase & Shaw (1989) ที่ได้กล่าวถึง 3 เงื่อนไขของการทำให้เกิดการโหยหาอดีต ซึ่งหนึ่งในเงื่อนไขดังกล่าว คือ การปรากฏอยู่ของวัตถุหรือสิ่งของในอดีต ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีส่วนสร้างการโหยหาอดีต นอกจากนี้ Marchegiani & Phau (2010) ได้ระบุไว้ว่า รูปภาพ เสียงดนตรี ภาพยนตร์ ช่วงเวลาพิเศษ สมาชิกในครอบครัว สามารถกระตุ้นการโหยหาอดีตในบุคคลได้

การหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายและการใช้ชีวิตที่เร่งรีบก็เป็นอีกสิ่งกระตุ้นหนึ่งในการทำให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ เนื่องจากพวกเขาได้หวนคำนึงถึงการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟในอดีตที่ทุกอย่างจะค่อยเป็นค่อยไป ไม่เร่งรีบ เป็นการใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ได้ปล่อยอารมณ์ไปกับการเล่นของรถไฟ ได้มีเวลาอยู่กับตนเองมากขึ้น และได้เห็นการใช้ชีวิตของผู้คนริมทางเดินรถไฟ ที่ไม่คอยเร่งรีบและใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย โดยการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายไปสู่ความเรียบง่าย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าปัจจุบันที่เขาอยู่นั้นบกพร่อง ทำให้เขาไม่มีความสุขกับสิ่งที่เป็นอยู่ ซึ่งตรงกับความคิดของ Chase & Shaw (1989) ที่ได้กล่าวถึง 3 เงื่อนไขของการทำให้เกิดการโหยหาอดีต ซึ่งหนึ่งในเงื่อนไขดังกล่าว คือ คนเรามองว่าปัจจุบันนั้นบกพร่อง เราไม่มีความสุขหรือไม่พอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Turner (1987) ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการโหยหาอดีตว่าหมายถึงการรับรู้การสูญเสียความเรียบง่าย ความจริงแท้ ความเป็นธรรมชาติของอารมณ์ (Loss of simplicity, authenticity and emotional spontaneity)

สิ่งกระตุ้นอีกประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ คือ ช่วงเวลาพิเศษที่กลุ่มตัวอย่างจดจำไม่มีวันลืม ซึ่งเป็นครั้งที่กลุ่มตัวอย่างได้เดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถไฟเป็นครั้งแรกกับครอบครัว และกับเพื่อน ๆ โดยเดินทางไปยังสถานที่ที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มตัวอย่าง เช่น เชียงคานที่ให้อะไยเย็น หรืออุบลราชธานี ซึ่งเป็นช่วงเข้าพรรษา มีจัดประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ซึ่งกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะ

กลับไปกระทำเช่นนั้น ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการโหยหาอดีตที่ Holbrook (1993) ได้กล่าวไว้ว่า การโหยหาอดีต หมายถึง ความปรารถนาในรูปแบบของบุคคล สถานที่ และสิ่งต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ความใฝ่หาในสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อวาน หรือความชื่นชอบในทรัพย์สินและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาในอดีตกาล นอกจากนี้ ความหมายของการโหยหาอดีตที่ Kelly (1986, อ้างถึงใน พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น.5-6) ได้ให้ไว้ว่า เป็นการจินตนาการถึงโลกที่เราได้สูญเสียไปแล้ว โลกที่บุคคลและสมาชิกในสังคมต่างเคยมีประสบการณ์ร่วมกันมาในอดีต ซึ่งบัดนี้เป็นเพียงความทรงจำและทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งหวนรำลึกถึง อีกทั้งยังสอดคล้องกับมุมมองของ Holbrook & Schindler (1991) ได้ให้ความหมายที่กว้างขึ้นของการโหยหาอดีตว่าหมายรวมถึงการมีความพึงพอใจ (ความชอบพอทั่วไป ทศนคติในเชิงบวก หรือผลกระทบที่น่าพอใจ) ต่อวัตถุ (บุคคล สถานที่ หรือสิ่งของ) ที่เคยอยู่ร่วมกันมานานในคราวที่บุคคลนั้นยังเป็นวัยเยาว์ (ช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น วัยรุ่น วัยเด็ก หรือก่อนเกิด) รวมทั้งยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Kessous & Roux (2008) ที่ได้กล่าวว่า ความพิเศษ (Uniqueness) ซึ่งเป็นจุดอ้างอิงในวงจรชีวิตของบุคคล และประเพณี (Tradition) ซึ่งเป็นพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นช่วงเวลาที่มีความหมายที่สามารถกระตุ้นการโหยหาอดีตในบุคคลได้ นอกจากนี้ การที่กลุ่มตัวอย่างโหยหาถึงช่วงเวลาพิเศษที่เขามิ่ร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน ๆ จนปรารถนาที่จะกลับไปมีประสบการณ์เช่นนั้นอีกครา นับเป็นการสูญเสียสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเอง (Loss of references) ซึ่งเป็นหนึ่งในมิติของการรับรู้การสูญเสียของ Turner

ทั้งนี้ ธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้คนริมทางรถไฟเป็นอีกสิ่งกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟด้วยเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างปรารถนาที่จะได้ไปสัมผัสและชื่นชมธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้คนเฉกเช่นในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Holbrook (1993) ได้ให้ความหมายของการโหยหาอดีตว่าคือ ความปรารถนาในรูปแบบของบุคคล สถานที่ และสิ่งต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ความใฝ่หาในสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อวาน หรือความชื่นชอบในทรัพย์สินและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาในอดีตกาล รวมทั้งยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Holbrook & Schindler (2003) ที่ว่า ระหว่างบุคคลและวัตถุมีความผูกพันที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ ซึ่งอาจจะป็นวัตถุที่ทำให้ระลึกความหลัง ซึ่งในที่นี้ก็คือธรรมชาติริมทางรถไฟและวิถีชีวิตของบุคคล



ภาพที่ 5.1 สิ่งกระตุ้นการโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1.4 สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับชาวไทยโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ สิ่งในกลุ่มตัวอย่างโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ ได้แก่ การชมวิวทิวทัศน์ ท้องฟ้ายามพระอาทิตย์ขึ้น-พระอาทิตย์ตก และธรรมชาติริมทางรถไฟ ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกผ่อนคลายจากชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ และสิ่งดังกล่าวก็ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสุข นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังโยยหาเสียงหวูดรถไฟพึมพำ เสียงรถไฟวิ่งกระฉิก กระฉัก และการค้าขายบริเวณสถานีรถไฟ เช่น กล้วยน้ำว้าต่าง ๆ กล้วยเดี่ยว ของหวานต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของรถไฟไทย บรรยากาศในอดีตยังเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างโยยหาในการเดินทางโดยรถไฟ กลุ่มตัวอย่างมีความปรารถนาที่จะกลับไปเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟเช่นนั้นอีก ทั้งเดินทางกับครอบครัวและเพื่อน ๆ และต้องการที่จะเดินทางกลับไปยังสถานที่ที่ได้ไปท่องเที่ยวมา รวมทั้งมิตรภาพดี ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง ทั้งกับบุคคลที่เดินทางไปกับเรา และผู้ร่วมเดินทางขบวนรถไฟเดียวกัน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังคิดถึงวิถีชีวิตของคนริมทางรถไฟและผู้โดยสารรถไฟ และต้องการกลับไปสัมผัส ไปเห็นอีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้ ความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง และความประหยัด ยังเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

5.1.2 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการโยยหาอดีต

จากผลสรุปผลการวิจัยในข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการโยยหาอดีตที่ได้ทบทวนไว้ในบทที่ 2 ได้ดังนี้

5.1.2.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีต

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 ราย มีความรู้สึกที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีตจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านอารมณ์หรือความรู้สึก ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่คนแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกในลักษณะ “หวานขมขื่น (Bittersweet)” (Holak and Havlena, 1992) โดยเกิดจากความรู้สึกที่ปรารถนาหรือต้องการที่จะกลับไปสู่ออดีต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟอีก นอกจากนี้ยังต้องการเดินทางร่วมกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อนไปยังสถานที่ที่ตนและครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเคยไปร่วมกัน เพื่อเป็นการทวนระลึกถึงอดีตและเพื่อตอบสนองความรู้สึกในใจของตนที่โหยหาอดีตในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งเกิดจากความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจหรือพบข้อบกพร่องของสภาพสังคมในปัจจุบัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าทุกวันนี้ผู้คนต่างดำเนินชีวิตกันอย่างเร่งรีบ ประกอบกับความแออัดและความวุ่นวายในสังคม จึงต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความเร่งรีบ ความแออัด และความวุ่นวายเหล่านั้น ด้วยทัศนคติว่าการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟจะช่วยให้พวกเขาได้ใช้ชีวิตกันช้าลง (Slow life) ไม่ยุ่งยากในการเดินทางเช่นเครื่องบินหรืออัดวุ่นวายแบบขนส่งมวลชน อีกทั้งยังได้ผ่อนคลายอารมณ์และใช้เวลาอยู่กับตัวเองการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ และได้ชมทิวทัศน์และวิถีชีวิตผู้คนริมทางรถไฟ

2. ปัจจัยด้านสิ่งเร้า ซึ่งเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัว ได้แก่ สถานการณ์ (Holak and Havlena, 1992) โดยช่วงเวลาของทริปที่กลุ่มตัวอย่างได้เดินทางท่องเที่ยว นั้นเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้โหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ นอกจากนี้ รูป รส กลิ่น เสียง (Hirsch, 1992) ก็เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีต ซึ่งได้แก่ รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายเก็บไว้จากทริปต่าง ๆ เพื่อเป็นที่ระลึก รสชาติของก๋วยเตี๋ยวจีนรสขิง รสชาติของหม้อไฟที่โซซเข้ามาเมื่อรถไฟแล่นผ่าน และเสียงของหวูดรถไฟและเสียงรถไฟแล่น

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสถานที่และเวลา ซึ่งเป็นความรู้สึกถึงสถานที่ที่เคยมีอยู่จริงหรือโลกของความคิดหรือจินตนาการมิได้เป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการโหยหาอดีต

5.1.2.2 เงื่อนไขของการเกิดความโหยหาอดีตตามแนวคิดของ Chase & Shaw (1989) ได้แก่

1. คนเรามองว่าปัจจุบันนี้นั้นบกพร่อง เราไม่มีความสุขหรือไม่พอใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตปัจจุบัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าสังคมเราในปัจจุบันนั้นแออัดวุ่นวาย และผู้คนก็ใช้ชีวิตกันด้วยความเร่งรีบ จึงทำให้พวกเขาไม่มีความสุขและไม่พอใจกับสิ่งที่เป็นอย่างนี้ จึงต้องการหลีกเลี่ยงจากสถานการณ์ดังกล่าว ด้วยการออกไปเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ เพราะได้ใช้ชีวิตแบบ

เรียบง่ายและไม่เร่งรีบ รวมทั้งยังได้ชื่นชมความของธรรมชาติริมทางและได้เห็นวิถีชีวิตของผู้คนในแบบต่าง ๆ

2. การปรากฏอยู่ของวัตถุหรือสิ่งของในอดีต ซึ่งก็คือ รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายเก็บไว้เป็นความทรงจำ บ้างก็เก็บไว้ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล บ้างก็อัดรูปออกมาเก็บไว้ ซึ่งทุกครั้งที่กลุ่มตัวอย่างนำรูปภาพเหล่านั้นออกมาดู ก็จะหวนรำลึกถึงอดีต ซึ่งรูปภาพมีส่วนในการสร้างการโยยหาอดีตให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้ เจื่อนใจที่คนเรามองว่าเวลาเป็นเส้นตรง อดีตก็อดีต ไม่มีหนทางใดที่จะทำให้อดีตกลับคืนมาได้อีกไม่ได้เป็นหนึ่งในเงื่อนไขที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความกลัวหาอดีต

5.1.2.3 มิติของการรับรู้การสูญเสียที่ก่อให้เกิดความรู้สึกโยยหาอดีตตามแนวคิดของ Turner (1987) ได้แก่

1. การสูญเสียสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง (Loss of references) โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟมาเป็นเวลานาน ประกอบกับไม่มีโอกาสได้เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนดังเช่นที่เคยผ่านมา จึงมีความรู้สึกกว่าชีวิตของตนเองขาดหายไป บางสิ่งบางอย่างไป หากเป็นไปได้และเวลาเอื้ออำนวย ก็จะจัดทริปเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

2. การสูญเสียความเรียบง่าย (Loss of simplicity) ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นว่าการใช้ชีวิตในปัจจุบันเร่งรีบและขั้นตอนบางอย่างนั้นยุ่งยาก เช่น การเดินทางโดยเครื่องบินจำเป็นต้องไปถึงก่อนเวลาล่วงหน้าประมาณ 2 ชั่วโมงเป็นอย่างน้อย ต้องโหลดกระเป๋าตรวจร่างกายและกระเป๋าอย่างละเอียด เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าความเรียบง่ายที่เคยมีเมื่อในอดีตได้สูญหายไป โดยการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟเป็นวิธีการเดินทางที่ไม่มีขั้นตอนที่หลากหลาย กลุ่มตัวอย่างจึงโยยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

ทั้งนี้ การสูญเสียพื้นที่หรือเวลา (Loss of space or time) การสูญเสียคุณค่า (Loss of values) การสูญเสียเสรีภาพของปัจเจกและความเป็นอิสระ (Loss of individual freedom and autonomy) และการสูญเสียความจริงแท้ และความเป็นธรรมชาติของอารมณ์ (Loss of authenticity and emotional spontaneity) มิได้เป็นมิติของการรับรู้การสูญเสียที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกโยยหาอดีต

5.1.2.4 ช่วงเวลาที่มีความหมายที่สามารถกระตุ้นการโยยหาอดีตตามแนวคิดของ Kessous & Roux (2008) ได้แก่

1. อดีตในทุก ๆ วัน (Everyday past) ซึ่งเป็นชีวิตประจำวันของปัจเจก โดยมีกลุ่มตัวอย่างบางท่านเคยเดินทางโดยรถไฟเพื่อไปทำงานทั้งขาไปและขากลับ และเดินทาง

ท่องเที่ยวโดยรถไฟบ่อยครั้ง ดังนั้นจึงเป็นช่วงเวลาที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างระลึกได้และกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างโหยหาอดีตนั้น

2. ความพิเศษ (Uniqueness) ซึ่งเป็นจุดอ้างอิงในวงจรชีวิตของคุณ โดยในที่นี้จะเป็นช่วงเวลาที่คุณได้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และกลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกประทับใจเป็นพิเศษต่อการเดินทางเหล่านั้น

3. ประเพณี (Tradition) ซึ่งเป็นพิธีกรรมต่าง ๆ สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ จากข้อมูลที่ได้เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเพณีแห่เทียนพรรษา ณ จังหวัดอุบลราชธานี เป็นช่วงเวลาที่มีความหมายที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่งโหยหาอดีตในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยรถไฟกับครอบครัว เพื่อไปเยี่ยมญาติและเที่ยวงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ซึ่งทุกครั้งที่ได้เห็นภาพงานหรือได้ยินข่าวเกี่ยวกับประเพณีดังกล่าว ก็จะหวนระลึกถึงช่วงเวลาและประเพณีนั้น

ทั้งนี้ ช่วงการเปลี่ยนผ่าน (Transition) มิได้เป็นช่วงเวลาที่คุณกระตุ้นการถวิลหาอดีตของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2.5 ขั้นตอนของการพัฒนาการถวิลหาอดีตตามแนวคิดของ Tannock (1995, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2542, น.174-175) ได้แก่

1. ชั้นโลกแห่งวันวาน (Pre-lapsarian world) เป็นช่วงเวลาในอดีตที่สดใส เป็นชีวิตในวัยเยาว์ เป็นขั้นของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เต็มไปด้วยพลังและคุณค่า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตนั้นสดใสและงดงามในความทรงจำของพวกเขา จนทำให้พวกเขารู้สึกโหยหาอดีต

2. ชั้นโลกปัจจุบัน (The present/Post-lapsarian world) เป็นช่วงเวลาที่คุณคลั่งรักถึงการขาดหายหรือการถูกรบกวน ซึ่งบุคคลนั้นรู้สึกไม่มั่นคงและเกิดการถวิลหากลับไปสู่ขั้นแรกอันเป็นวันวานที่แสนหวาน โดยกลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าพวกเขาไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อนมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว จึงมีความปรารถนาที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟกันอีก เพื่อจะได้รำลึกวันวานร่วมกันและเพื่อสร้างความสุขอีกหนึ่งประการให้กับชีวิต

ทั้งนี้ ชั้นการเสื่อมของโลกวินวาน (Lapse) ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการเสื่อมสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิม เกิดความเสียหายแก่อดีตที่สวยงาม โดยเป็นการเสื่อมสลายที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด แต่สั่งสมมาเป็นเวลานาน ไม่ได้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการพัฒนาการโหยหาอดีตของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2.6 ประเภทของการโหยหาอดีต

การโหยหาอดีตแบบส่วนบุคคล (Personal Nostalgia) ซึ่งเป็นความทรงจำและประสบการณ์ตรงของคุณ เป็นการโหยหาอดีตเพียงประเภทเดียวที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกนึกคิด

ความรู้สึกต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึก รวมทั้งสิ่งกระตุ้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างถวิลหาอดีต ต่างล้วนมาจากประสบการณ์ส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างได้สัมผัสและมีประสบการณ์ด้วยตนเอง ส่วนการโหยหาอดีตแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Nostalgia) เชิงวัฒนธรรม (Cultural Nostalgia) และแบบเสมือน (Virtual Nostalgia) มิได้เป็นประเภทของการโหยหาอดีตของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้

5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) ของการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของนักท่องเที่ยวชาวไทย” มีข้อจำกัด คือ กลุ่มตัวอย่างบางคนที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักกับผู้วิจัย ผลการศึกษาที่ได้อาจไม่ตรงกับความเป็นจริงตามที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกนึกคิดหรือต้องการจะสื่อสาร อันเนื่องจากความรู้สึกเกรงใจของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีเพียง 9 รายเท่านั้น จึงไม่สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นบรรทัดฐานแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่โหยหาการเดินทางโดยรถไฟส่วนใหญ่ได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องด้วยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้ คือ การรถไฟแห่งประเทศไทยและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด การปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้ผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุด ดังนั้น จากผลการวิจัยและสรุปประเด็นสำคัญดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยขอแนะนำแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ดังนี้

5.3.1 การสื่อสารการตลาด

5.3.1.1 การสร้างประสบการณ์ในการเดินทางโดยรถไฟ

เนื่องจากสิ่งกระตุ้นสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกโหยหาอดีตในสิ่งต่าง ๆ คือ ประสบการณ์ตรงของบุคคลนั้น กระบวนการท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับการรถไฟแห่งประเทศไทย จัดนิทรรศการเกี่ยวกับการนั่งรถไฟไทยหรือการท่องเที่ยวไทยด้วยรถไฟ ในสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของชาวไทยตามหัวเมืองต่าง ๆ เช่น ลานสยามพารากอน หรือลานเซ็นทรัลเวิลด์ ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือ เทอร์มินอล 21 ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น โดยให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมงานว่าเขาสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟไป

ยั้งที่แห่งใดได้บ้าง และอาจมีการจัดโปรโมชั่นราคาค่าตัวโดยสารพร้อมแพ็คเกจการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น การเข้าหากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง (Pull Strategy)

5.3.1.2 เครื่องมือในการสื่อสาร

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า สื่อมี บทบาทสำคัญในการตอบสนองการโยยหาอดีต ซึ่งในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่มักท่องโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Social Media ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทยควรปรับปรุงเพจ “ทิม พีอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย” ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ให้เป็นปัจจุบัน และนำเสนอเส้นทาง การท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว โดยรถไฟ หากเป็นเส้นทางท่องเที่ยวพิเศษ ควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ล่วงหน้าอย่างน้อย 2 เดือน เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้

5.3.2 การปรับปรุงขบวนรถไฟ

จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขบวนรถไฟมีสภาพที่ค่อนข้างเก่า เบาะนั่ง ไม่สะดวกสบาย และห้องน้ำสกปรกจนส่งกลิ่นไม่พึงประสงค์ ซึ่งสร้างความไม่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทยควรของบประมาณจากกระทรวงคมนาคม ซึ่งเป็นกระทรวงต้นสังกัด ในการนำงบประมาณมาปรับปรุงขบวนรถไฟให้มีสภาพที่ดี เปลี่ยนเบาะใหม่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิด ความสะดวกสบายในการนั่ง ไม่ปวดเมื่อยมากเกินไปหากเดินทางไกล รวมทั้งจ้างพนักงานทำความสะอาดประจำขบวนรถไฟ เพื่อรักษาความสะอาดและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการห้องน้ำบน ขบวนรถไฟ ทั้งนี้ กระทรวงคมนาคม ซึ่งเป็นเจ้ากระทรวงสังกัดการรถไฟแห่งประเทศไทย ควรส่ง เจ้าหน้าที่เพื่อมาตรวจสอบขบวนรถไฟเป็นประจำ เพื่อตรวจสอบว่าการรถไฟแห่งประเทศไทยได้นำ งบประมาณที่ขอไปใช้อย่างเหมาะสม และกำกับดูแลให้การรถไฟแห่งประเทศไทยดูแลรถไฟให้อยู่ใน สภาพดี เพื่อดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

นอกจากนี้ การรถไฟแห่งประเทศไทยอาจทำขบวนรถไฟที่ใช้น้ำเที่ยวโดยเฉพาะ โดยทำงานร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยว โดยกรมการท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยในขบวนนั้นมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวแบบบริษัททัวร์ทั่วไป ผ่านสถานที่แห่งใดก็แนะนำ ซึ่ง มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือเป็นขบวนท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหรือ เชิงวัฒนธรรม เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนต่างโยยหาธรรมชาติในเมืองเริ่มค่อย ๆ หายไป รวมทั้ง วัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนแบบดั้งเดิมที่ไม่ค่อยมีให้ประจักษ์เห็น จึงเป็นสิ่งที่ผู้คนต่างโยยหา อีกทั้ง ควรมีโอกาสประกาศขบวนรถไฟว่าถึงสถานีใดแล้ว ซึ่งอยู่ในจังหวัดอะไร ทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ นอกเหนือจากการประกาศในสถานีรถไฟ

5.3.3 การจองขบวนรถไฟนำเที่ยวและการชำระเงิน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า ผู้ที่สนใจท่องเที่ยวทางรถไฟโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยสามารถติดต่อสอบถาม จองและซื้อตั๋วโดยสารได้ที่สถานีกรุงเทพ (สถานีรถไฟหัวลำโพง) และสถานีอื่น ๆ ที่ให้บริการขายตั๋วโดยสาร ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่สะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการบางส่วน ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดทำเว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้สนใจสามารถเข้าไปจองตั๋วรถไฟและเลือกที่นั่งได้ ซึ่งจะเป็นลักษณะที่คล้ายกับการจองตั๋วเครื่องบินโดยสาร เนื่องจากทุกที่นั่งของขบวนรถไฟนำเที่ยวต้องชำระค่าตั๋วโดยสาร จึงไม่มีปัญหาสำหรับตัวฟรี และเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงได้ การจองตั๋วโดยสารได้สะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร ควรประสานความร่วมมือกับธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือการชำระเงินแบบอื่นใดที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อตั๋วรถไฟโดยสารของขบวนนำเที่ยวสามารถไปชำระค่าใช้จ่ายได้ เพื่อที่จะขยายช่องทางการชำระเงินและกลุ่มผู้ใช้บริการ

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ชาย โปธิสิตา. (2547). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นแอนด์พับลิชชิง.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- อัครงค์ อุดมไพจิตรกุล. (2547). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- มานพ คณะโต. (2550). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพในระบบสุขภาพชุมชน*. ขอนแก่น: เครือข่ายพัฒนาวิชาการและข้อมูลสารเสพติด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สมสุข หินวิมาน. (2542). *ปรัชญาวิทยาศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทยานิพนธ์

- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2555). *ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตติมา วีรภัทรพงศ์. (2546). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปฐมพงศ์ แก้วบุญเรือง. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟด่วนพิเศษดีเซลรางสายเหนือ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประภาศรี เขิกขุนทด. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพลวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วันทนีย์ สันติกุล. (2556). *Nostalgia-motivated Thai Domestic Tourism at Amphawa*. Macao: Institute for Tourism Studies.

- วารัชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา. (2558). คำถามต่อทิศทางการฟื้นฟูอาคาร-ย่านเก่าแก่เพื่อการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความโยยหาอดีต-แท้หรือเท็จ: กรณีศึกษาประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุวรรณมาศ เหล็กงาม. (2553). การประกอบสร้างภาพเพื่อการโยยหาอดีตในรายการ “วันวานยังหวานอยู่”. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2558. สืบค้น 23 กันยายน 2559, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/24246>.
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2559). ท่องเที่ยวทางรถไฟ. สืบค้น 23 กันยายน 2559, จาก <http://www.railway.co.th/home/travel/travel.aspx>.
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2559). ประวัติการรถไฟแห่งประเทศไทย. สืบค้น 14 กันยายน 2559, จาก <http://www.railway.co.th/home/viewcontent.aspx?id=railway-history&lang=TH>.
- ดิจิทัล ไทยแลนด์. (2559). Digital Thailand. สืบค้น 31 กันยายน 2559, จาก <http://www.digitalthailand.in.th/about>.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2559). ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โภจรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน. สืบค้น 23 กันยายน 2559, จาก <http://www.thansettakij.com/2016/01/08/25115>.
- ฐิติพร สงวนปิยะพันธ์. (2554). กุญแจปลดล็อกผู้บริโภค. สืบค้น 18 ธันวาคม 2559, จาก http://sarawutpata.blogspot.com/2011/03/blog-post_01.html
- มติชนออนไลน์. (2559). นายกฯเปิดเดินรถไฟชั้น3 รุ่นปรับปรุง การันตีเบาะใหม่-สุขาสะอาด-พัดลมใช้ได้ทุกตัว. สืบค้น 21 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.matichon.co.th/news/401592>

Books and Book Articles

- Baker, S. M. and Kennedy, P. F. (1994). Advances in Consumer Research (Vol 21). Provo UT: Association for Consumer Research.

- Boyrn, Svetlana. (2001). *The future of nostalgia*. New York: Basic Books.
- Chase, M. and Shaw, C. (1989). *The Imagined Past: History and Nostalgia*. Manchester: Manchester University Press.
- David, F. (1979). *Yearning for Yesterday : A Sociology of Nostalgia*. New York: The Free Press.
- Davidson, Rob. (1995). *Tourism* (2nd ed). Longman: Group Limited.
- Hirsch, A. (1992). *Advances in Consumer Affairs* (Vol. 19). Provo UT: Association for Consumer Research.
- Holak, S. L. and Havlena, W. J. (1992). *Advances in Consumer Research* (Vol. 19). Provo UT: Association for Consumer Research.
- Holbrook, Morris B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research* 246.
- Holbrook, Morris B. and Robert M. Schindler. (1991). *Advances in Consumer Research* (Vol. 18). Provo UT: Association for Consumer Research, 330-33.
- Holloway, J. Christopher. (1983). *The Business of Tourism*. Plymouth: Macdonald and Evan.
- Kessous, A. and Roux, E. (2008). *Qualitative Market Research* (Vol. 11).
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- Lowental, D. (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marchegiani, C. and Phau, I. (2010). *Journal of Promotion Management* (Vol. 16).
- Miller, D. (1995). *Acknowledging Consumption (Material Cultures)*. Routledge, London.
- Turner, B. (1987). *Theory Culture and Society* (Vol. 4). New Jersey: Erlbaum.
- Vesey, C. and Dimanche, F. (2003). *Tourism and Cultural Change*. Los Angeles: University of New Orleans.

Theses

- Claire Bancroft. (2009). *Yugonostalgia: The Pain of the Present*. USA: Macalester College.
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*. Retrieved October 25, 2012.

Vishnuvarthani Selvakumar. (2012). Factors influencing the Passengers to Select Train Travel: A Study in Salem Division of Southern Railway. India: Gobi Arts and Science College.

Electronic Media

Admin. (2011). ลึกสุดใจ...Consumer Insight แบบไหนถึงจะโดน. สืบค้น 18 ธันวาคม 2559, จาก <http://positioningmag.com/13450>.

Tourism Western Australia. (2008). Five A's of Tourism. Retrieved 25 September 2016, from http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf



ภาคผนวก



ภาคผนวก

ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยจัดเตรียมประเด็นและแนวคำถามกว้าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างมีอิสระในการตอบคำถามได้อย่างเสรี และไม่เป็นการถามนำหรือชี้ไปในแนวทางที่วางไว้

ส่วนที่ 1 : คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง

- 1) คุณมีอายุเท่าไร
- 2) คุณเคยเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟหรือไม่
- 3) คุณมีความรู้สึกโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟหรือไม่

ส่วนที่ 2 : ทศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟ

คุณมีทัศนคติต่อการเดินทางโดยรถไฟอย่างไร

ส่วนที่ 3 : คุณค่าในการเดินทางโดยรถไฟ

- 1) คุณมีความรู้สึกอย่างไรต่อการเดินทางโดยรถไฟ
- 2) คุณคิดว่าการท่องเที่ยวโดยรถไฟให้คุณค่าอะไรกับคุณ
- 3) คุณได้อะไรจากการโหยหาอดีตในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

ส่วนที่ 4 : สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

- 1) ภาพหรือความทรงจำในอดีตในการเดินทางโดยรถไฟของคุณมาจากไหน
- 2) เหตุใดคุณจึงโหยหาการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

ส่วนที่ 5 : สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยโหยหาอดีตในการเดินทางโดยรถไฟ

- 1) สิ่งใดในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟที่ทำให้ท่านโหยหาอดีตและอยากกลับไปใช้บริการอีกครั้ง
- 2) คุณโหยหาอะไรในอดีตจากการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวเต็มสิริ ขำทอง
วันเดือนปีเกิด	23 กรกฎาคม 2534
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2554: ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงาน คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประสบการณ์ทำงาน	ตุลาคม 2559 – ปัจจุบัน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงาน คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มิถุนายน 2558 – ตุลาคม 2559 นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงาน ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กันยายน 2555 – มิถุนายน 2558 Reservation Staff, Diethelm Travel Thailand มีนาคม – กันยายน 2555 Ticketing and Reservation Staff Air Austral Airline