



พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา*

BEHAVIOR AND INTENTION OF TOURISTS IN COMMUNITY TOURISM FOLLOWING THE MOTTO OF SONGKHLA PROVINCE

แก้วตา ปานเจียง*, วิวัฒน์ จันทร์กington, นุชณา ณ พายัพ

Kaewta Panchang*, Wiwat Jankingthong, Nutsana Na Phayap

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

Hatyai Business School, Hatyai University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail kaewta.pan003@hu.ac.th

*Tel: 089-657-7420

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เก็บตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมของพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการแนะนำและบอกต่อ ($\bar{X} = 3.83$) และด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ($\bar{X} = 3.65$) 2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดกับตัวแปรเกณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าตั้งแต่ .578 ถึง .749 และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .841 และมีค่าอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 70.8

คำสำคัญ: พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวชุมชน, คำขวัญจังหวัดสงขลา

Abstract

This research aimed to 1) Study the level of tourist intention behavior, tourist happiness, value received, and experience from community tourism following the motto of Songkhla Province, and 2) Study the factors that influence tourist happiness, worth received, and tourism experience in relation to tourist intention behavior in community tourism following the motto of Songkhla Province. The sample group consisted of 400 Thai tourists aged 15 years and older who visited communities following the motto of Songkhla Province. Data was collected using questionnaires. Data analysis was performed using statistical software, including descriptive statistics, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The research findings showed that 1) The overall behavior, intended behavior, tourist happiness, value received, and tourism experience of tourists' intention to participate in community tourism following the Songkhla province motto was at a high level ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.68). When considered individually, tourists' intention behavior was high level in all aspects, including recommending and spreading the word ($\bar{X} = 3.83$) and repeating their visit ($\bar{X} = 3.65$). 2) The relationship between all predictor variables and the criterion variable was statistically significant at the .01 level, with values ranging from .578 to .749. and 3) Data analysis using multiple regression analysis revealed that the three factors influencing tourists' intention behavior in community tourism, following the motto of Songkhla province, were tourist happiness, value received, and tourism experience. The multiple regression coefficient (R) was .841, and the predictive power was 70.8%.

Keywords: Tourist Behavior and Intentions, Community Tourism, Motto of Songkhla Province

บทนำ

การท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชนเป็นหลัก และมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชุมชนมีอาชีพ รายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวชุมชนจะเกิดขึ้นได้จะต้องได้รับความร่วมมือของคนในชุมชน ซึ่งเป็นความร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน อาทิ การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นจุดขายในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวชมชม สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ช่วยในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนให้ดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน และจากแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา (พ.ศ. 2566 - 2570) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 เพื่อเป็นกรอบแนวทางมุ่งสู่เป้าหมาย “สงขลาเมืองน่าอยู่ ศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ เชื่อมโยงอาเซียน พัฒนาอย่างยั่งยืน” ประเทศชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยประเด็นการพัฒนาจังหวัด ด้านการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566 - 2570) ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเปิดมุมมองใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวชมชม ให้ได้สัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น มุ่งเน้นให้ชุมชนสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน



ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัตถุดิบของชุมชนเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากแก่นักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน และการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเชิงเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการบูรณาการ การท่องเที่ยวชุมชนกับการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจของจังหวัด เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566); (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2568)

การท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการบูรณาการ การท่องเที่ยวชุมชนกับการท่องเที่ยวตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลา มีชุมชนจังหวัดสงขลาที่มีที่ตั้งของชุมชนที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา และมีความพร้อมในการเข้าร่วม จำนวน 10 ชุมชน โดยแต่ละชุมชนมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของคำขวัญจังหวัดอย่างชัดเจน กล่าวคือ “นกน้ำเพลินตา” สะท้อนถึงชุมชนบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำและทะเลสาบ เช่น บ้านรำแดง บ้านกระดังงา และบ้านดอนทิง “สมิหลาเพลินใจ” เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวเมืองสงขลาและพื้นที่ใกล้เคียง “เมืองใหญ่สองทะเล” ครอบคลุมชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างอ่าวไทยและทะเลสาบสงขลา เช่น บ้านคลองรี บ้านคลองฉนวน บ้านเลียบ และชุมชนบ้านมิไร “เสน่ห์สะพานป่า” เชื่อมโยงกับชุมชนในแนวเส้นทางสะพานติณสูลานนท์ และ “ศูนย์การค้าแดนใต้” สอดคล้องกับชุมชนในเขตเมืองหาดใหญ่ เช่น คลองแห ท่าไทร และชุมชนบ้านสวนทุเรียน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลาเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จึงเป็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในการท่องเที่ยวโดยชุมชน และทำให้เกิดความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว ในการทำงานการเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสนับสนุนฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนโดยตัวแทนชุมชนเป็นผู้นำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ทำให้ชุมชน เกิดความภาคภูมิใจและมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล อีกทั้งยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นการสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนรวมถึงการสร้างความสุขให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการท่องเที่ยวที่ดี โดยการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และแนะนำบอกต่อผู้อื่นให้เข้ามาท่องเที่ยวชุมชน (วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และคณะ, 2564); (Scherf, K., 2021)

พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในอนาคหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยแสดงออกมาในลักษณะของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำและบอกต่อ พฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการซื้อของนักท่องเที่ยว จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกทั้งทำให้ผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ พฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการซื้อของนักท่องเที่ยวส่งผลให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีความมั่นคงและความยั่งยืน (Pradana, G. B. et al., 2023) จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสุขนักท่องเที่ยว (Haji, S. A. et al., 2022); (Haji, S. et al., 2021a); (Pai, C. K. et al., 2020) คุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (Damanik, J. & Yusuf, M., 2022); (Libre, A. et al., 2022); (Rohman, F., 2020)

และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (Libre, A. et al., 2022); (Nazir, M. U. et al., 2022) และจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาโดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน (วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และคณะ, 2564) โดยงานวิจัยเชิงปริมาณยังมีน้อย และจากการสอบถามผู้ประกอบการชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชนตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลา พบว่า ชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจ และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ทำให้สามารถสรุปผลการวิจัยไปยังประชากรที่กว้างขึ้น โดยใช้เครื่องมือทางสถิติซึ่งช่วยให้ได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ และทำให้ผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลาสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงความสัมพันธ์ (Interrelationship Research) การศึกษาค้นคว้านี้มีวิธี การดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 10 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนคลองแห 2) ชุมชนบ้านท่าไทร 3) ชุมชนบ้านสวนทุเรียน 4) ชุมชนบ้านรำแดง 5) ชุมชนบ้านมิไร 6) ชุมชนบ้านกระดังงา 7) ชุมชนบ้านดอนทิง 8) ชุมชนบ้านเลียบ 9) ชุมชนบ้านคลองฉนวน และ 10) ชุมชนบ้านคลองรี โดยเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเสร็จแล้ว หากแต่ชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดสงขลา ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran, W. G. โดยกำหนดให้สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม 50% หรือ 0.5 ดังนั้น $P = 0.5$ กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% มีระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 ดังนั้น $Z = 1.96$ ยอมให้คลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ดังนั้น $d = 0.05$ ความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นต่ำเท่ากับ 384 ตัวอย่าง และเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความคงที่และผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง และใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตากับนักท่องเที่ยวก่อน โดยสุ่มตามพื้นที่ในแต่ละชุมชนเท่ากัน จำนวน 10 ชุมชน (Cochran, W. G., 1977)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แบบวัดความสุขของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 แบบวัดคุณค่าที่ได้รับ

ส่วนที่ 5 แบบวัดประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน เพื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้กำหนดเกณฑ์ความเหมาะสมของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามไว้ ดังนี้ ค่า 0.70 ถือว่าอยู่ในระดับพอใช้ ค่า 0.80 ถือว่าอยู่ในระดับดี และมากกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับดีมาก (Kline, R. B., 2011)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ประสานงานกับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนทั้ง 10 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนคลองแห 2) ชุมชนบ้านท่าไทร 3) ชุมชนบ้านสวนทุเรียน 4) ชุมชนบ้านรำแดง 5) ชุมชนบ้านมิไร 6) ชุมชนบ้านกระดังงา 7) ชุมชนบ้านดอนทิง 8) ชุมชนบ้านเลียบ 9) ชุมชนบ้านคลองฉนวน และ 10) ชุมชนบ้านคลองรีให้ช่วยเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเสร็จแล้ว จำนวนที่เก็บแบบสอบถามชุมชนละ 40 คน รวมจำนวนแบบสอบถามที่เก็บทั้งสิ้น 400 ชุด โดยให้ชุมชนใช้วิธีเก็บแบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกในการเก็บแบบสอบถาม รวมถึงเก็บกับตัวอย่างที่เต็มใจจะให้ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย รายละเอียด ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในส่วนค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่ออธิบายระดับพฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ในการอธิบายความสัมพันธ์และสร้างสมการพยากรณ์ ดังนี้

4.2.1 หาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัว คือ ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และหาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดกับตัวแปรเกณฑ์ คือ พฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยว โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

4.2.2 หาตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) และสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการแนะนำและบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ ในส่วนความสุขของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านอารมณ์ความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และด้านกิจกรรมแห่งความสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ ในขณะที่คุณค่าที่ได้รับในการท่องเที่ยวชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านความคุ้มค่าเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ด้านความคุ้มค่าเงิน และด้านความพยายามที่คุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านประสาทสัมผัส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ด้านการให้บริการ และด้านอัตลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความเห็นต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวม

พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเป็นจริง
ด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	3.65	.72	มาก
ด้านการแนะนำและบอกต่อ	3.83	.73	มาก
รวม	3.74	.68	มาก



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อความสุขของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชน โดยภาพรวม

ความสุขของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเป็นจริง
ด้านอารมณ์ความรู้สึก	3.84	.74	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.75	.73	มาก
ด้านกิจกรรมแห่งความสุข	3.72	.71	มาก
รวม	3.77	.65	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อคุณค่าที่ได้รับในการท่องเที่ยวชุมชน โดยภาพรวม

คุณค่าที่ได้รับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเป็นจริง
ด้านความคุ้มค่าเงิน	3.70	.72	มาก
ด้านความคุ้มค่าเวลา	3.79	.73	มาก
ด้านความพยายามที่คุ้มค่า	3.70	.74	มาก
รวม	3.73	.66	มาก

2. ผลการศึกษาความสุขของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่ได้รับ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า จากตัวแปรปัจจัยทั้งหมด 3 ตัว มีตัวแปรที่ทดสอบแล้ว พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คุณค่าที่ได้รับ (X2) ความสุขของนักท่องเที่ยว (X1) ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (X3) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) ตั้งแต่ .790 ถึง .841 ค่าประสิทธิภาพของการพยากรณ์ (R^2) เมื่อนำตัวแปรพยากรณ์ใส่เข้าไปในสมการจะมีค่าเปลี่ยนไปทำให้ค่าร้อยละของการพยากรณ์เปลี่ยนไปด้วย โดยพบว่า เมื่อใส่ตัวแปรด้านคุณค่าที่ได้รับ (X2) เพียงตัวเดียวเข้าไปในสมการจะมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .790 มีค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพการพยากรณ์เกิดขึ้นร้อยละ 62.3 ($R^2 = .623$) และเมื่อใส่ตัวแปรด้านความสุขของนักท่องเที่ยว (X1) เพิ่มเข้าไปในสมการเป็นตัวที่ 2 จะมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .830 ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพการพยากรณ์เกิดขึ้นร้อยละ 68.9 ($R^2 = .689$) จากนั้นเมื่อใส่ตัวแปร ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (X3) เพิ่มเข้าไปในสมการเป็นตัวที่ 3 ในสมการจะมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .841 มีค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพการพยากรณ์เกิดขึ้นร้อยละ 70.8 ($R^2 = .708$) ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพการพยากรณ์ที่สูงที่สุด การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดเพื่อใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ ได้แก่ คุณค่าที่ได้รับ (X2) ความสุขของนักท่องเที่ยว (X1) ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (X3) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และในรูปคะแนนมาตรฐาน รายละเอียดดังตารางที่ 4



ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์ที่เข้าสมการค่าคงที่	R	R ²	Adj R ²	F	SE _{est}
X2	.790	.623	.622	658.778***	.417
X2, X1	.830	.689	.687	438.896***	.379
X2, X1, X3	.841	.708	.706	319.821***	.368

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชน คือ คุณค่าที่ได้รับ (X2) ความสุขของนักท่องเที่ยว (X1) และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (X3) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .353, .308, .278 และมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .342, .297, .262 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ (Adj. R²) เท่ากับ .706 มีความคลาดเคลื่อน (SE_{est}) เท่ากับ .368 และค่าคงที่ (a) ของสมการในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ .232 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 ตามลำดับ R = .841 หมายถึง ตัวแปรอิสระ ทั้ง 3 ตัวสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับตัวแปรตามได้ในระดับสูงมากและมีค่า R² = .708 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 70.8 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $Y_1 = .232 + .353 (X_2) + .308 (X_1) + .278 (X_3)$ และสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $Z = .342 (X_2) + .297 (X_1) + .262 (X_3)$ โดยคุณค่าที่ได้รับ (X2) ความสุขของนักท่องเที่ยว (X1) และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว (X3) ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ คะแนนมาตรฐาน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ตัวแปรพยากรณ์

ตัวแปรพยากรณ์ ที่เข้าสมการ	Unstandardized Coefficient b	Standardized Coefficient (β)	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF	
ค่าคงที่ (Constant)	.232		2.018	.044		
คุณค่าที่ได้รับ (X2)	.353	.342	6.844***	.000	.296	3.378
ความสุขของนักท่องเที่ยว (X1)	.308	.297	5.546***	.000	.257	3.898
ประสบการณ์ (X3)	.278	.262	5.111***	.000	.281	3.563

F = 319.821*** R = .841 R² = .708 Adj. R² = .706 SE_{est} = .368 a = .232

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้



1. ระดับพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวแล้วมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวซ้ำ และตั้งใจที่จะแนะนำรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญจังหวัดสงขลาให้ผู้อื่นได้รับทราบ สอดคล้องกับ Pradana, G. B. et al. ที่กล่าวว่า คุณค่าที่ได้รับของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นเมื่อผู้มาเยือนเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่ต้องเสียไป เช่น เวลา ค่าใช้จ่าย และความพยายาม หากผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าต้นทุน นักท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความคุ้มค่า และจากการศึกษาระดับของประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พบว่า อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้านประสาทสัมผัส การให้บริการ และอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นเพราะชุมชนสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประสบการณ์ที่กระตุ้นความรู้สึกทั้งด้านภาพ เสียง กลิ่น และบรรยากาศโดยรวมของการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจและความรู้สึกเพลิดเพลิน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสบายใจ และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนได้อย่างแท้จริง (Pradana, G. B. et al., 2023) สอดคล้องกับ Pradana, G. B. et al., Haji, S. et al. ที่กล่าวว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี มักเกิดจากการผสมองค์ประกอบด้านประสาทสัมผัส กับให้บริการที่มีคุณภาพและอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้มีความน่าสนใจ (Pradana, G. B. et al., 2023); (Haji, S. et al., 2021b) เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลของตัวแปร พบว่า ด้านความสุขของนักท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจ สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน ความประทับใจ และความพึงพอใจทางอารมณ์จากกิจกรรมและบรรยากาศของชุมชน จะนำไปสู่ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haji, S. A. et al., Haji, S. et al. ที่พบว่า ความสุขของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในอนาคต (Haji, S. A. et al., 2022); (Haji, S. et al., 2021a) รวมถึงงานของ Pai, C. K. et al. ที่ระบุว่าความสุขที่เกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยวมีบทบาทในการเสริมสร้างความผูกพันและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงให้เห็นว่ามิติทางอารมณ์เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมในอนาคต ในส่วนของคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวประเมินความคุ้มค่าในด้านเวลา ค่าใช้จ่าย และความพยายามที่ใช้ในการเดินทาง หากรับรู้ว่าการท่องเที่ยวชุมชนให้ผลตอบแทนทางประสบการณ์ที่คุ้มค่า จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ (Pai, C. K. et al., 2020) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Damanik, J. & Yusuf, M. ที่พบว่า คุณค่าที่รับรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Damanik, J. & Yusuf, M., 2022) และสอดคล้องกับ Rohman, F. ที่ระบุว่าคุณค่าที่นักท่องเที่ยวรับรู้เป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ (Rohman, F., 2020) นอกจากนี้ Libre, A. et al. ยังชี้ให้เห็นว่าคุณค่าที่ได้รับจากประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์สามารถกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อในเชิงบวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับด้านประสบการณ์จากการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Libre, A. et al., 2022) ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Nazir, M. U. et al. ที่พบว่าคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับ (Nazir, M. U. et al., 2022) ที่ระบุว่าประสบการณ์ที่มีความหมายและแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันและนำไปสู่พฤติกรรมการบอกต่อ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณค่าที่ได้รับ ความสุขของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา สามารถรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยเกิดความรู้สึกคุ้มค่า อีกทั้งได้รับความสุขจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินในการเข้ามาท่องเที่ยวและได้สัมผัสกับธรรมชาติทำให้เกิด ความรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลาย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์ที่ดีทำให้เกิดเป็นภาพความทรงจำที่ประทับใจทั้งบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ อาหารและขนมพื้นบ้านที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Haji, S. et al. ที่พบว่า คุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว (Haji, S. et al., 2021b)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา ได้แก่ คุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ความสุขของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยปัจจัยดังกล่าวมีบทบาทต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงการแนะนำและบอกต่อในอนาคต กล่าวได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความคุ้มค่า เกิดความสุข และได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงการแนะนำและบอกต่อในอนาคต โดยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมุ่งเน้นการพัฒนาและสื่อสารภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวชุมชนให้สะท้อนถึงคุณค่า ประสบการณ์ที่ดี และความสุขที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการออกแบบกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม และยกระดับคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจและนำไปสู่ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อในระยะยาว ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป คือ งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยว เช่น ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความไว้วางใจ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและสามารถอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมความตั้งใจในการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งจะช่วยให้เห็นความแตกต่างด้านการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งควรนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษาเปรียบเทียบกับ การท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อพิจารณาว่าผลการวิจัยที่ได้มีความสอดคล้องหรือแตกต่างจากงานวิจัยนี้หรือไม่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้และการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในบริบทที่หลากหลายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และคณะ. (2564). รายงานการวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้การพัฒนาศักยภาพชุมชน ด้านการท่องเที่ยวตามรอยคำขวัญ จังหวัดสงขลา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน”. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

- สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2568). ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. เรียกใช้เมื่อ 3 มีนาคม 2568 จาก <https://www.songkhla.go.th/travel>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570). เรียกใช้เมื่อ 3 มีนาคม 2568 จาก https://www.nesdc.go.th/wp-content/themes/plant3-child/assets/pdf/13/article_file_20230307173518.pdf
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: Wiley.
- Damanik, J. & Yusuf, M. (2022). Effects of perceived value, expectation, visitor management, and visitor satisfaction on revisit intention to Borobudur Temple, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 17(2), 174-189.
- Haji, S. A. et al. (2022). The effect of experience quality on behavioral intentions mediated by tourist happiness and tourist satisfaction in an island destination. *Economics, Business, Accounting & Society Review*, 1(2), 112-121.
- Haji, S. et al. (2021a). The effect of experience quality on behavioral intention to an island destination: The mediating role of perceived value and happiness. *Accounting*, 7(5), 1221-1230.
- _____. (2021b). The effect of experience quality, perceived value, happiness, and tourist satisfaction on behavioral intention. *Management Science Letters*, 11(3), 1023-1032.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. (3rd ed.). New York: The Guilford Press.
- Libre, A. et al. (2022). Factors Influencing Philippines Tourist' Revisit Intention: The Role and Effect of Destination Image, Tourist Experience, Perceived Value, and Tourist Satisfaction. *International Journal of Quantitative Research and Modeling*, 3(1), 1-12.
- Nazir, M. U. et al. (2022). The Influence of International Tourists' Destination Image of Pakistan on Behavioral Intention: The Roles of Travel Experience and Media Exposure. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(6), 1266-1290.
- Pai, C. K. et al. (2020). The Role of Perceived Smart Tourism Technology Experience for Tourist Satisfaction, Happiness and Revisit Intention. *Sustainability*, 12(16), 6592. <https://doi.org/10.3390/su12166592>.
- Pradana, G. B. et al. (2023). The Role of the Memorable Tourism Experience in Creating Tourist Behavioral Intention. Retrieved May 24, 2026, from https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_97
- Rohman, F. (2020). Determining Adventure Tourist Loyalty: Mediating Role of Tourist Satisfaction and Quality of Life. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 255-265.
- Scherf, K. (2021). *Creative Tourism in Smaller Communities: PLACE, CULTURE, AND*. Calgary: University of Calgary Press.