

อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

The Influence of Lifestyles Model and Perceived Tourism Components on Decisions Making for Cultural Tourism in Nakhon Si Thammarat

เพียงพิศ ศรีประเสริฐ¹, พิชญุตม์ เพ็ญมาศ², บุษลิน ขวดทอง³, พลอยชมพู สุขทร⁴

Piangpis Sriprasert¹, Pitchyut Penmas², Bussalin Khuadthong³, Ploychompoo Sookkhaton⁴

¹⁻⁴หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

¹⁻⁴Business Administration Program, Management Sciences Faculty, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University ¹⁻⁴

Corresponding author. Email: piangpis_sri@nstru.ac.th

(Received: November 22, 2022; Revised: January 4, 2023; Accepted: January 10, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยว และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนสำหรับการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับของรูปแบบชีวิตในด้านความคิดเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความสนใจ และด้านกิจกรรม ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูงสุด โดยมีระดับการรับรู้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่ำที่สุด นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล และด้านการประเมินผลทางเลือก ตามลำดับ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 51.8 อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรด้านการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมากกว่าตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต; การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยว; การตัดสินใจท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The objectives of this research were; 1) to study lifestyle and perceived tourism components and decisions making for cultural tourism among Thai tourist and 2) to study the influence of lifestyle and perceived tourism components towards decisions making for cultural tourism in Nakhon Si Thammarat. The quantitative approach was employed in this study. This research was conducted on 400 Thai tourists who traveled to Nakhon Si Thammarat for cultural tourism. The samples were 400 tourists, selected by convenience sampling method. The descriptive statistics were frequency, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistic for hypothesis testing was multiple regression analysis.

The results revealed that tourists have high level of overall lifestyle. When considering each aspect; the results showed that tourist have highest level in opinion, followed by interest and activity aspects, respectively. Tourists also have high level of overall perceived tourism components. When considering each aspect; the results showed that tourist have highest level in attraction and amenities, followed by accessibility. Tourists demonstrated high level of overall decisions making towards cultural tourism in Nakhon Si Thammarat. When considering each aspect; the results revealed that tourist have highest level in travelling decision, followed by post travelling behaviour, problem recognition, information search and evaluation of alternatives, respectively. Lifestyle and perceived tourism components of tourists influenced their decisions making for cultural tourism. The results suggested that these two aspects contributed to 58.1 per cent to the variation of decisions making for cultural tourism. Perceived tourism components showed higher influence on decisions making for cultural tourism than lifestyle of tourists.

Keywords: Lifestyle; Perceived Tourism Components; Decisions Making for Tourism; Cultural Tourism

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้ แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารความเสี่ยงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการที่ต้องพึ่งพาดตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการวางแผนเพื่อผลักดันการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวไทยในอนาคต การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในประเทศจึงเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถลดการไหลออกของเงินตราไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังสร้างจิตสำนึกของคนในชาติให้เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และสร้างจิตสำนึกหวงแหนทรัพยากรของประเทศให้ถูกทำลายน้อยที่สุด การท่องเที่ยวยังส่งผลทางด้านสังคมและวัฒนธรรมด้วยการช่วยสนับสนุน ฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ให้คงอยู่สืบไป

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นได้จัดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่รวมทั้งความสนุกสนาน เพลิดเพลินใจพร้อมกับการเรียนรู้สภาพสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกที่ดีต่อการตระหนักถึงคุณค่า และการรักษาวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมิได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หากต้องอาศัยปัจจัยหลาย

ส่วนประกอบกัน โดยได้รับความร่วมมือร่วมใจจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชน หน่วยงาน UNWTO และETC (2011) ได้เสนอปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ดังนี้ 1) มีความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และความต้องการในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต 2) มีการจับคู่ที่เหมาะสมระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 3) มีการจัดทำโซนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว 4) ให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5) มุ่งเป้าหมายการพัฒนาไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง 6) แสวงหาโอกาสสำหรับการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเครือข่าย กีฬา หรืองานกิจกรรมต่าง ๆ 7) จัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว และแผนการลงทุน 8) บุคลากรทางการท่องเที่ยวมีทักษะที่เหมาะสมในการให้บริการ

จึงเห็นได้ชัดว่าความเข้าใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ด้วยนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว การให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการและความคาดหวังแก่นักท่องเที่ยวจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะสามารถก่อให้เกิดการซื้อในปริมาณที่สูงขึ้น การซื้อซ้ำ และการบอกต่อหรือการแนะนำไปยังนักท่องเที่ยวใหม่ การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมานิยมใช้ลักษณะประชากรและลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงไปยังพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ผลการวิจัยก็ยังคงพบความแตกต่างของรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรและลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่คล้ายคลึงกัน (Van Acker, Goodwin & Witlox, 2016) ข้อมูลที่ได้รับจึงอาจยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวเป็นช่องทางในการสร้างความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางที่เหมาะสม (Chen, Huang & Cheng, 2009) ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลจะบ่งชี้และอธิบายถึงลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคลนั้นได้อย่างละเอียด จึงสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยหลากหลายประการทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก เช่น แรงขับ ทศนคติ ความพร้อมของร่างกาย สภาวะเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นต้น รวมไปถึงความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่มีความพร้อมต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวก็จะสามารถเป็นแรงจูงใจหลักให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ (Saeroji, Wijaya & Wardani, 2018)

นอกเหนือไปจากนั้น การศึกษาที่ผ่านมายังไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากเท่าที่ควร ทั้งที่ข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ในการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไปใช้ในการแบ่งส่วนตลาด การสร้างสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชอันจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Zikmund et al., 2013) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อคัดเลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามหลัก (Screening Questionnaire) เฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งได้สร้างจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โครงสร้างของแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนรวม 7 ข้อ 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว จำนวนรวม 49 ข้อ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม (Plummer, 1974; Ittaquallah, Madjid, Suleman, 2020; ธนิตา คงชัย, 2559) 3) การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนรวม 20 ข้อ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม (Collier & Harraway, 1997; Rif'an, 2016; ปรัชญากรณ์ ไชยคช, นิศาชล สกกุลชาญณรงค์ และ นิธิกิตติกันต์ เหมสุวรรณ, 2559) และ 4) การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนรวม 24 ข้อ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม (Kotler, 1997; นิยม เจริญศิริ, 2558; วีรพงศ์ ชวงษ์วัลย์, 2560)

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยง (Validity) ของเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และลักษณะของภาษาที่ใช้ ผลการวิเคราะห์ค่า IOC มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง ไม่ต่ำกว่า 0.5 ในทุกข้อ และได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามข้อเสนอแนะไปใช้ในการทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ไม่ต่ำกว่า .60 ในทุกด้าน

งานวิจัยนี้ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์โดยแจกผ่านอีเมลและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เพจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เพจนครศรีดี เป็นต้น และเก็บข้อมูลด้วยตนเองยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมจำนวน 400 ชุด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

สถิติที่ใช้ในการนำเสนอ วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ประกอบด้วย การแจกแจงหาความถี่ การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบขั้นตอน (Stepwise) เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.5) มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี (ร้อยละ 47.3) เป็นโสด (ร้อยละ 64) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40.8) โดยมากเป็นนิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 28.2) ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 -15,000 บาท (ร้อยละ 44.3) และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช (ร้อยละ 73.3)

3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวม

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านกิจกรรม	3.31	.78	ปานกลาง
2. ด้านความสนใจ	3.93	.59	มาก
3. ด้านความคิดเห็น	4.04	.61	มาก
รวม	3.76	.50	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับของรูปแบบชีวิตในด้านความคิดเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความสนใจ และด้านกิจกรรม ตามลำดับ

3.3 การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.15	.607	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	.661	มาก
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.05	.634	มาก
รวม	4.12	.526	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลค่าสถิติค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยภาพรวม

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา	3.91	.64	มาก
2. ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล	3.87	.72	มาก
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก	3.85	.75	มาก
4. ด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	4.15	.83	มาก
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง	3.92	.76	มาก
รวม	3.94	.58	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล และด้านการประเมินผลทางเลือก ตามลำดับ

3.5 อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช คณะผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบขั้นตอน (Stepwise) ซึ่งผลจากการทดสอบระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระโดยใช้ค่า Variance Inflation Factor ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 5 จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, Rongle & Sarstedt, 2011)

ตารางที่ 4 สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและ การรับรู้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการตามลำดับความสำคัญ	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	0.365	0.174		2.095	0.037
การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยว	0.480	0.050	0.430	9.661	0.000
รูปแบบการดำเนินชีวิต	0.425	0.051	0.368	8.262	0.000

R = 0.720 R Square = 0.518 Adjust R Square = 0.516 SEE = 0.40867 Sig = .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชในระดับสูง โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ 0.720 และสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 51.8 อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพบว่า ตัวแปรด้านการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมากกว่าตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $\beta = 0.430$ และ $\beta = 0.368$ ตามลำดับ

4. อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยว และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตและ การรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Plummer (1974) ที่เสนอว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่เป็นลูกค้ำเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินชีวิตจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริโภคที่สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมของบุคคลในการใช้ชีวิตผ่านรูปแบบของการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อเลือกซื้อเลือกใช้

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Solomon, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนวรรตน์ ทรงไทย (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 ด้านนั้น งานวิจัยนี้มีผลการวิจัยที่สอดคล้องกับข้อค้นพบของอภิขญา ญัฐพงศ์ฤทธิ์ (2558) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านความคิดเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความสนใจ และด้านกิจกรรม จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มคนไทยที่ชื่นชอบหรือนิยมเดินทางท่องเที่ยวมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น จึงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้สะท้อนรสนิยม หรือค่านิยมของนักท่องเที่ยวในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางตลาดที่สามารถใช้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้

นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Collier & Harraway (1997) ที่ได้เสนอองค์ประกอบหลักสามประการสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้บ่งชี้ว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ผ่านมา ที่พบว่าจังหวัดมีความโดดเด่นในอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในด้านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สถาปัตยกรรม ความเชื่อ และศาสนาเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ถึงความเป็นมาที่สำคัญของรากเหง้า และความภูมิใจของชาวนครศรีธรรมราช (ประไพพิมพ์ พานิชสมัย, 2560) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่สร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งผลจากการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ในด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชสูงสุด และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ งานวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ในประเด็นการมีป้ายบอกทางตลอดเส้นทางสูงสุด

นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็น มากในทุกด้านโดยเรียงลำดับจากด้าน การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล และด้านการประเมินผลทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภค มีกระบวนการในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยผ่านการพิจารณาไตร่ตรองจากข้อมูลและสถานการณ์ที่เผชิญในปัจจุบันเพื่อให้สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเองได้ โดยมีกระบวนการที่เป็นลำดับขั้นตอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ ด้านการรับรู้/ตระหนักถึงปัญหา ด้านแสวงหาข้อมูล/ค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉัตรชัย อินทสังข์ และดุขุฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง (2562) ในการศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชน กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา และ ผลการศึกษาของฉิมพร ออรุ่งวิไล (2562) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีกระบวนการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองรองในระดับมากทั้ง 5 ขั้นตอน

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ Plummer (1974) ที่เสนอว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่เป็นลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินชีวิตจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริโภคที่สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมของบุคคลในการใช้ชีวิตผ่านรูปแบบของการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อเลือกซื้อเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

(Solomon, 2017) เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิต วิธีการใช้ชีวิตของตนเองซึ่งแตกต่างกันตามความชื่นชอบของแต่ละบุคคล โดยนักท่องเที่ยวจะแสดงออกผ่านทางกิจกรรมที่เลือกทำ การใช้เวลาว่าง และการใช้ชีวิตในแบบของตนเอง จึงอาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกรูปแบบเดินทางท่องเที่ยวของตนเองที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเอง (Lee & Sparks, 2007) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทรงพร นิรพาธ และประภัสสร วรรณสถิต (2562) ที่พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการวิจัยของธนพร ทองแดง และพัชนี เขยจรรยา (2562) ที่พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้ชมวีลोक

ข้อค้นพบจากการวิจัยที่บ่งชี้ว่า การรับรู้องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับผลการวิจัยในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังที่ ชนพงษ์ อารณพิศาล (2559) พบว่าการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐมได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว และผลการวิจัยของเดือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ที่ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอมือง จังหวัดน่าน บ่งชี้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของสุดาพิมพ์ สรสุชาติ สายพิณ ปั่นทอง และจิรารัตน์ จันทร์วารการ (2564) ที่พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในบ้านบางเขน กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจัยทั้งสองด้านนี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้มากกว่าครึ่งหนึ่ง (51.8%) จึงสามารถกล่าวได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต และการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่เด่นชัดเกี่ยวกับการเป็นสาเหตุกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงสามารถนำมาใช้เพื่อพยากรณ์การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เฉพาะตัวแปรการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวเพียงตัวแปรเดียวก็สามารถอธิบายการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวได้เกือบทั้งหมดของที่อธิบายได้โดยรวมกันกับตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต และเมื่อเพิ่มตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตในการวิเคราะห์จะทำให้ให้อธิบายผลเพิ่มมากขึ้นอีกร้อยละ 8.3 ข้อค้นพบดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการสร้างแรงกระตุ้น หรือแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้เลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดในนครศรีธรรมราชได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาและผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้

5. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความชอบ ความสนใจ และการจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกี่ยวกับด้านความเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ทำการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรเร่งส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้นำเสนออัตลักษณ์หรือจุดเด่นในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ และมีความแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ควรมีการวางแผนการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ให้กระจายออกไป ไม่กระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อให้สามารถท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ตลอดทั้งปี รวมไปถึงการสร้างสื่อและช่องทางที่มีความทันสมัยและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย เพื่อใช้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจเหล่านี้ ด้วยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

6. เอกสารอ้างอิง

- เตือนใจ จันทร์หมื่น. (2562). การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. ค้นเมื่อ มกราคม 13, 2565, สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun17/6114070096.pdf>.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และดุขุฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชน กลุ่มมิลเลนเนียล: กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการ จัดการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 6(1), 1-12.
- ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล. (2559). องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6 “ศาสตร์แห่งวิทยาการจัดการเพื่อรับใช้สังคม 3 ทศวรรษแห่งการตามรอยแม่ของแผ่นดิน” วันที่ 19 สิงหาคม 2559 (บทคัดย่อ). นครราชสีมา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ฉิมัมพร ออรุ่งวิไล. (2562). กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทรงพร นิรพาธ และประภัสสร วรรณสถิต. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกท่องเที่ยวเกษตร ณ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีตัวแปรการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นตัวแปรควบคุม. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 10 วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ธนพร ทองแดง และพัชนี เขยจรรยา. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อวีล็อก ความน่าเชื่อถือ และการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ชมวีล็อก. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า, 6(2), 1-20.
- ธนิดา คงชัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: ในบริบทเทศกาลดนตรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นวรรตน์ ทรงไทย. (2560). รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยตนเองในแฟนเพจเฟซบุ๊ก “คุณนายปลาติบ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประไพพิมพ์ พาณิชสมัย. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนท่าแพจังหวัด นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรัชญากรณ์ ไชยคช, นิศาชล สกฤษชาญณรงค์ และนิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ. (2559). ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดย ชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 10 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2564, ค้นจาก <http://www.hu.ac.th/conference/conference2016/proceedings/data.pdf>.
- วีรพงศ์ ชวงษ์วาลย์. (2560). พฤติกรรมและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่พักของกลุ่มผู้ใช้ รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุดาพิมพ์ สรสุชาติ สายพิณ ปั่นทอง และจิรารัตน์ จันทวีชรากร. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน. วารสารสุทธิปริทัศน์, 35(2), 164-178.
- อภิญา ญัฐพงศ์พฤทธิ. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและ พฤติกรรมการตัดสินใจการท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Chen, J. S., Huang, Y. C., & Cheng, J. S. (2009). Vacation lifestyle and travel behavior. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5-6), 494-506.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). *Principles of Tourism*. Auckland: Longman.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151.
- Ittaquallah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). The effects of mobile marketing, discount, and lifestyle on consumers' impulse buying behavior in online marketplace. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(3), 1569-1577.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Lee, S. H. & Sparks, B. (2007). Cultural influences on travel lifestyle: A comparison of Korean Australians and Koreans in Korea. *Tourism Management*, 28, (2), 505 - 518.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.
- Rifan, A. A. (2016). Tourism components and tourists characteristic of Prambanan temple as the world culture heritage site in Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Tourism and Hospitality Study*, 1(1), 1-10.
- Saeroji, A., Wijaya, D.A., & Wardani, D. I. W. (2018). A study of Solo's tourism product on potential as Halal tourism destination in Indonesia. *Kasistara*, 8(3), 296-306.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.)*. Boston: Pearson.



- World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC). (2011). **Handbook on Tourism Product Development**. Retrieved on 10 May, 2020, Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413959>.
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Giffin, M. (2013). **Business Research Methods (9th.)**. Mason, OH: South-Western.
- Van Acker, V., Goodwin, P., & Witlox, F. (2016). Key research themes on travel behavior, lifestyle, and sustainable urban mobility. **International Journal of Sustainable Transportation**, 10(1), 25-32.